



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA INGENIERIA DE FINANZAS Y COMERCIO
EXTERIOR

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE CHOCOLATE ARTESANAL
AMBATEÑO, POR LA EMPRESA PRODUCTORA “CHOCOLATE
CAROLINA” DE LA PARROQUIA HUACHI CHICO, PROVINCIA DE
TUNGUAHUA; HACIA LA CIUDAD DE BERLÍN-ALEMANIA,
DURANTE EL PERIODO 2016.

AUTOR:

LUIS FERNANDO VÁSCONEZ TEJADA

RIOBAMBA – ECUADOR

2018

CERTIFICACIÓN DE TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación previo a la obtención del título de ingeniero en Comercio Exterior, ha sido desarrollado por el Sr: LUIS FERNANDO VÁSCONEZ TEJADA, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. José Gabriel Pilaguano Mendoza
DIRECTOR TRIBUNAL

Ing. Luis Alberto Esparza Córdova
MIEMBRO TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, LUIS FERNANDO VÁSCONEZ TEJADA, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que en los resultados de los mismos son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

LUIS FERNANDO VÁSCONEZ TEJADA

CI. 180454030-8

DEDICATORIA

A DIOS, por darme la sabiduría para poder llegar a este momento tan especial en mi vida. Por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorarlo cada día más.

A mi señora madre quien con su sabiduría y consejos no me dejaron rendirme para que siga adelante, siempre sea perseverante y cumpla con mis metas.

A mis hermanos y en especial a Santiago quien no podrá presenciar haber concluido mi sueño, pero con su bendición desde el cielo hizo que no desmaye en el intento, y pese a que no esté en presencia física su espíritu y el lazo de hermanos me guio hasta mi ideal.

A mi familia y a todas las personas que de una u otra manera, contribuyeron a la creación de las etapas de mi vida personal y profesional.

FERNANDO VÁSCONEZ

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme salud y bienestar para poder culminar esta etapa de mi vida guiándome y dándome serenidad y sabiduría para realizar este proyecto.

Un agradecimiento a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL CHIMBORAZO por brindarme una educación de excelencia y calidad teniendo grandes maestros los cuales me ayudaron a formar como persona y profesional, brindándome consejos y enseñanzas.

A mi madre y padre que siempre me han brindado su apoyo y han sido ejemplo no solo en lo profesional si no en todo ámbito como el de trabajo, superación, valores etc.

A mis hermanos que siempre han estado junto a mí.

A mis Ingenieros José Gabriel Pilaguano Mendoza y Luis Alberto Esparza Córdova quienes han sabido guiarme durante la elaboración de este trabajo de titulación aplicando los conocimientos recibidos.

ÍNDICE GENERAL

Portada	i
Certificación de tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Índice de gráficos.....	xii
Índice de cuadros	xiii
Índice anexos	xv
Resumen.....	xvi
Abstract	xvii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 Formulación del problema.....	2
1.1.2 Delimitación del Problema	3
1.2 JUSTIFICACIÓN.....	3
1.3 OBJETIVOS	4
1.3.1 Objetivo General.....	4
1.3.2 Objetivos Específicos	4
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	5
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	5
2.1.1 Producción Agropecuaria	5
2.1.2 Producción Cacaotera del Ecuador.....	6
2.1.3 Historia del cacao	7
2.1.4 Tipos de cacao	9
2.1.5 Características del Cacao	10
2.1.6 Características Nutricionales del Chocolate	11

2.1.7	Ingredientes y Componentes del chocolate artesanal	12
2.1.8	Proceso Productivo de la Elaboración del Chocolate Artesanal.....	13
2.1.9	Producción y Consumo en el Mundo	16
2.1.10	Producción y Elaboración de Chocolate Artesanal en el Ecuador	16
2.1.11	Exportaciones no petroleras del Ecuador del año 2014 al 2016.....	17
2.2	ANTECEDENTES HISTÓRICOS	18
2.2.1	Historia del chocolate artesanal ambateño	18
2.2.2	Misión y Visión de la empresa	19
2.2.3	Distribución del Personal.....	19
2.2.4	Estructura Organizacional	20
2.2.5	Logotipo de la Empresa Chocolate Carolina	21
2.2.6	Productos y servicios	22
2.2.7	Clientes	22
2.2.8	Proveedores	23
2.3	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	23
2.3.1	Productividad.....	23
2.3.2	Chocolate artesanal	23
2.3.3	Proyecto	24
2.3.4	Proyecto de exportación	24
2.3.5	Elementos y estrategias de exportación.....	24
2.3.6	Estudio de mercado	24
2.3.7	Estudio técnico	25
2.3.8	Análisis de la empresa	25
2.3.9	Objetivos área de producción	25
2.3.10	Objetivo del área administrativa.....	25
2.3.11	Estudio financiero.....	25
2.4	MARCO TEÓRICO.....	26

2.4.1	Control aduanero	26
2.4.2	Medidas no arancelarias	26
2.4.3	Tasas	27
2.4.4	Normas de origen.....	27
2.4.5	Certificado de origen	27
2.4.6	Base imponible	28
2.4.7	Balanza comercial.....	28
2.4.8	Embalaje	28
2.4.9	Etiquetado.....	28
2.4.10	Logística	29
2.4.11	Tratados internacionales	29
2.4.12	Arancel.....	29
2.4.13	Exportación.....	30
2.4.14	Importación.....	30
2.4.15	Demanda	30
2.4.16	Oferta	30
2.4.17	Canales de distribución.....	30
2.4.18	Mercado objetivo	30
2.4.19	ICOTERMS	31
2.5	IDEA A DEFENDER	33
2.5.1	Idea general.....	33
2.5.2	Idea específica	34
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		35
3.1	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	35
3.2.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	35
3.2.1	Investigación Exploratoria.....	35
3.2.2	Investigación Descriptiva	35

3.2.3	Investigación Bibliográfica.....	35
3.3	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	36
3.3.1	Unidad de Estudio	36
3.3.2	Universo.....	36
3.3.3	Muestra	36
3.4	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	37
3.4.1	Método Inductivo	37
3.4.2	Método Deductivo	37
3.4.3	Encuesta.....	37
3.4.4	Entrevista	37
3.4.5	Resultados.....	38
3.4.6	Tabulación de las encuestas.....	38
3.5	RESULTADOS DE LA ENTREVISTA	47
3.6	VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER.....	47
	CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....	48
4.1	TÍTULO	48
4.2	CONTENIDO DE LA PROPUESTA.....	48
4.2.1	Mercado Objetivo	48
4.2.2	Indicadores Socioeconómicos	48
4.2.3	Ciudad de Berlín.....	49
4.2.4	Principales productos importados por Alemania.....	50
4.2.5	Principales productos Exportador por Ecuador a Alemania.....	51
4.2.6	Productos potenciales para el mercado alemán	52
4.2.7	Relaciones comerciales Ecuador-Alemania	53
4.3	SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	55
4.3.1	Geográfico	55
4.3.2	Demográficas.....	56

4.3.3	Socioeconómico.....	56
4.4	ACCESO AL MERCADO.....	56
4.4.1	Requisitos generales de acceso al mercado	56
4.4.2	Documentos de importación	58
4.4.3	Productos de prohibida importación.....	59
4.4.4	Aranceles	59
4.4.5	Requisitos sanitarios/fitosanitarios	60
4.4.6	Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado	61
4.4.7	Licencia de Importador y autorización previa	61
4.4.8	Certificaciones Internacionales.....	61
4.5	PROCESOS DE EXPORTACIÓN	62
4.5.1	Logística de Exportación	62
4.5.2	Exigencias en aduanas para exportar	62
4.5.3	Tramites de exportación (ECUAPASS)	63
4.5.4	Clasificación arancelaria.....	65
4.5.5	Termino sugerido CIF (Cost, Insurance and Freight).....	65
4.5.6	Forma de pago	65
4.5.7	Empaque	66
4.5.8	Embalaje	67
4.5.9	Contrato de seguro.....	68
4.5.10	Servicio de transporte terrestre	69
4.5.11	Contenedor.....	69
4.6	CONSUMO APARENTE.....	70
4.6.1	Cálculo del consumo aparente	70
4.6.2	Consumo nacional aparente.....	70
4.6.3	Proyección del crecimiento poblacional	72
4.6.4	Demanda Potencial	73

4.6.6	Demanda insatisfecha	74
4.6.7	Flujo grama de procesos	75
4.7	ESTUDIO DE VIABILIDAD FINACIERA	76
4.7.1	Capacidad instalada.....	76
4.7.2	Materia prima requerida	76
4.7.3	Mano de obra directa	77
4.7.6	Mano de obra indirecta	77
4.7.7	Materiales directos.....	77
4.7.8	Materiales indirectos.....	78
4.7.9	Gastos servicios	78
4.7.10	Gasto administrativo.....	78
4.7.11	Gastos de exportación.....	79
4.7.12	Capital de trabajo.....	79
4.7.13	Estructura del precio Internacional.....	80
4.7.14	Precio unitario.....	80
4.7.15	Maquinaria.....	81
4.7.15	Balance General.....	82
4.7.18	Estado de Resultados	82
4.7.18	Flujo de Efectivo	84
4.8	EVALUADORES FINANCIEROS	84
4.8.1	VAN, TIR, P.E, RB/C	84
4.8.2	Periodo de Recuperación de Capital.....	86
	CONCLUSIONES.....	87
	RECOMENDACIONES:.....	88
	BIBLIOGRAFÍA	89
	ANEXOS	90

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1 Proceso productivo de la elaboración del chocolate artesanal.....	14
Ilustración 2: Exportaciones en millones de dólares	18
Ilustración 3: Organigrama Empresa Chocolate Carolina	20
Ilustración 4: Logotipo Chocolate Carolina.....	21
Ilustración 5: Presentación del chocolate en tabla	22
Ilustración 6: Pregunta 1	39
Ilustración 7: Pregunta 2	40
Ilustración 8: Pregunta 3	41
Ilustración 9: Pregunta 4	42
Ilustración 10: Pregunta 5	43
Ilustración 11: Pregunta 6	44
Ilustración 12: Pregunta N 7	45
Ilustración 13: Pregunta 8	46
Ilustración 14: Productos importados por Alemania	51
Ilustración 15: Productos exportados hacia Alemania.....	52
Ilustración 16: Potenciales producto demandados por Alemania	53
Ilustración 17: Mapa político Alemania	55
Ilustración 18: Envoltura del producto	67
Ilustración 19: Caja para el transporte	68
Ilustración 20: Contenedor.....	69
Ilustración 21: Flujo grama de procesos	75

ÍNDICE DE CUADROS

Tabla 1 Composición del cacao	11
Tabla 2: Composición del chocolate por cada 100 gr.....	12
Tabla 3; Principales productores y consumidores	16
Tabla 4: Principales productores de chocolate artesanales	17
Tabla 5: Distribución del personal.....	20
Tabla 6: Productores y miembros de la empresa Chocolate Carolina	36
Tabla 7: Pregunta 1	39
Tabla 8: Pregunta 2	40
Tabla 9: Pregunta 3	41
Tabla 10: Pregunta 4	42
Tabla 11: Pregunta 5	43
Tabla 12: Pregunta 6.....	44
Tabla 13: Pregunta7	45
Tabla 14: Pregunta 8.....	46
Tabla 15: Indicadores socioeconómicos	49
Tabla 16: Segmentación de mercado	56
Tabla 17: Partida arancelaria	65
Tabla 18: Capacidad máxima del contenedor.....	69
Tabla 19: Importaciones de chocolate para taza.....	70
Tabla 20: Sumatoria de Variables.....	71
Tabla 21: CNA.....	72
Tabla 22: Proyección de la población.....	73
Tabla 23: Proyección de la demanda potencial	74
Tabla 24: Demanda Insatisfecha.....	74
Tabla 25: Capacidad de producción.....	76
Tabla 26: Materia prima	76
Tabla 27: Costo mano de obra directa	77
Tabla 28: Costo mano de obra indirecta	77
Tabla 29: Costo de materiales directos	77
Tabla 30: Costo materiales indirectos.....	78
Tabla 31: Costo gastos servicios.....	78

Tabla 32: Gasto administrativo.....	78
Tabla 33: Gasto exportación.....	79
Tabla 34: Capital de trabajo.....	79
Tabla 35: Costo CIF.....	80
Tabla 36: Costo fijo y variable	80
Tabla 37: Precio unitario.....	81
Tabla 38: Maquinaria.....	81
Tabla 39: Balance General.....	82
Tabla 40: Estado de resultados	83
Tabla 41: Flujo Efectivo Proyectado	84
Tabla 42: Evaluadores Financieros.....	85

ÍNDICE ANEXOS

Anexo 1: Proceso de producción	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 2: Mescladora	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 3: Documento, Solicitud carta de crédito	¡Error! Marcador no definido.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo desarrollar un proyecto de exportación de Chocolate Artesanal desde la empresa Chocolate Carolina del cantón Ambato, de la provincia de Tungurahua hacia la ciudad de Berlín- Alemania. Dando a conocer los tramites y procesos que conlleva la exportación y así poder mejorar la calidad del producto. El trabajo se basó en el uso de encuestas, entrevistas a empleados, dueños y productores del cantón Ambato. La cual revelo que el mercado objetivo es uno de los principales consumidores del producto a nivel mundial, teniendo así un punto a favor para la implementación de dicho proyecto. Para la investigación se basó en páginas web que el gobierno ecuatoriano pone a disposición del público como ProEcuador, facilitando la investigación dotándonos de información relevante del país y el mercado objetivo, guiándonos a determinar herramientas de logística, trámites aduaneros, comercialización y formas de pago. Determinando así, que la empresa cuenta con el apoyo de las personas que intervienen de forma directa en el proceso de producción, de igual manera la capacidad instalada de la empresa facilitará la elaboración del proyecto. Desde el punto de vista financiero es rentable el negocio siempre y cuando el Valor Actual Neto (VAN) sea mayor que cero y su Tasa Interna de Retorno (TIR) sea mayor que el rendimiento exigido por los accionistas o inversionistas. En el caso específico del estudio se cumple con todas estas condiciones por lo que se recomienda la implementación de este proyecto de exportación a la empresa o negocio en análisis.

Palabra Clave: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>
<PROYECTO DE EXPORTACIÓN> <VALOR ACTUAL NETO (VAN)> <TASA INTERNA DERETORNO (TIR)> <AMBATO (CANTÓN)>.

Ing. José Gabriel Pilaguano Mendoza
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

ABSTRACT

This research objective is to develop an exportation Project of Artisanal Chocolate from the Chocolate Carolina Enterprise located in Ambato city, Tungurahua province to Berlin-Germany. Through this project the paper work and processes for exportation will be known which would improve the product quality. This paper was based on surveys and interviews to the staff, owners, and producers of Ambato. The results revealed that target market is one of the main consumers of the product internationally, this is a great advantage for the product implementation. For this research information from different government web pages such as ProEcuador was used which provided relevant insides about our country and the target market country. This guided the researchers to determine the logistic tools, customs documents, marketing and payment procedures. It was determined, that the enterprise has the support of the people who are directly involved in the production process, the capacity installed in the enterprise also contributes to the project execution. Form the financial point of the business is feasible if the Net Current Value (NCV) is higher than cero and internal Rate of Return (IRR) is higher than the ones the actionists and investors demand. In this case, the study fulfills all the conditions; therefore, the implementation of the exportation project is recommended to the enterprise or studied business.

Key words: ADMINISTRATION AND ECONOMIC SCIENCES, EXPORTATION PROJECT, NET CURRENT VALUE, INTERNAL RATE OF RETURN, AMBATO CITY.

INTRODUCCIÓN

Actualmente el chocolate artesanal se han convertido en forma de vida de diversos productores nacionales de la provincia de Tungurahua, quienes consideran este trabajo como una actividad tradicional que debe ser preservada de generación tras generación y de esta manera poder conservar las propiedades netas del producto, debido a su gran valor nutritivo siendo un alimento beneficioso para la salud.

Alemania es uno de los principales mercados donde se destinan los productos derivados del cacao debido a los hábitos de consumo por esta razón, la empresa Chocolate Carolina ha optado producir Chocolate Artesanal, pretendiendo llegar al su mercado objetivo como es el estado de Berlín con un producto de calidad y precio accesible.

Al desarrollar el presente proyecto se pretende realizar la exportación hacia el mercado alemán, el mismo que puede ser aplicado a medida del conocimiento de sus beneficios, logrando que sea contemplada como una actividad de negocio, como reflejo de ello se verá beneficiada social y económicamente el cantón Ambato y por ende la provincia de Tungurahua contribuyendo de manera directa al cambio de la matriz productiva de nuestro país, y la empresa incrementando su utilidad, generando más fuentes de empleo de trabajo para ofrecer a sus clientes un producto de calidad.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Ecuador es un país con grandes recursos naturales, es por eso que su comercio exterior se ha dedicado a la exportación de materias primas como el cacao, que es conocido como el mejor del mundo, pero este modelo agro-exportador de productos primarios, sin valor agregado, no ha logrado desarrollar al país, desde hace varios años han habido iniciativas empresariales que han logrado poner en el mercado productos elaborados y de calidad de exportación, que es lo que se pretende con el caso del chocolate artesanal Ambateño en tableta.

El chocolate artesanal de Ambato es un producto con más de 120 años de tradición y es elaborado con cacao de aroma 100% ecuatoriano, en la Provincia de Tungurahua la Asociación de Chocolateros Artesanales de Huachi Chico en la ciudad de Ambato ha visto una oportunidad en impulsar la producción y la cultura del consumo de este producto hacia nuevos mercados, con el fin de obtener beneficios rentables para la empresa con su producto artesanal estrella que en todo el momento de la producción no se somete a un proceso químico, convirtiéndolo en un producto saludable, manteniendo una ventaja competitiva ya que este producto se distingue por sus características únicas de aroma, textura y sabor.

La empresa no ha diseñado o estructurado un estudio de exportación para su producto, esto se ve reflejado en el lento crecimiento de expandirse en el mercado internacional.

La empresa Chocolate Carolina pretende abrir nuevos mercados, la competitividad es uno de los principales factores por lo que esta empresa busca fomentar la exportación del producto al mercado de Berlín - Alemania

1.1.1 Formulación del problema

¿Una vez realizado el Proyecto de Exportación que está orientado aplicarse en la Empresa “CHOCOLATE CAROLINA”, será factible realizar la respectiva exportación

de Chocolate artesanal ambateño desde la Parroquia de Huachi Chico Provincia de Tungurahua hacia la ciudad de Berlín-Alemania en el periodo 2016?

1.1.2 Delimitación del Problema

La elaboración del proyecto de exportación se lo realizara desde la empresa “CHOCOLATE CAROLINA” ubicada en el cantón Ambato en la parroquia de Huachi Chico de la Provincia de Tungurahua al sur de la ciudad, el cual ayudara tanto a los proveedores de materia prima como a todos sus empleados, comercializadores y a sus dueños, generando empleo y activando la economía.

1.2 JUSTIFICACIÓN

El Ecuador es el mayor productor y exportador de cacao fino de aroma con una participación en el mercado mundial del 63% según datos de PROECUADOR, el 80% de la producción total se exporta en grano y el restante se lo comercializa como producto terminado, el gobierno ecuatoriano esta incentivando la oferta exportable del país, insertándole en el mercado de productos con valor agregado, a través del cambio estratégico de la matriz productiva teniendo como objetivo convertirse en un país que se dedica a la exportación de materias primas a convertirse en un exportador de productos terminados con calidad.

Uno de los países que más consume chocolate en el mundo es Alemania, por esta razón la empresa Chocolate Carolina ha optado por la producción de chocolate artesanal en tabla, pretendiendo llegar con su producto de calidad y a un precio accesible a su mercado objetivo Berlín.

Con la implementación de este proyecto se pretende realizar la exportación al mercado alemán, negocio que puede beneficiar al incremento de la actividad económica del cantón, aportando con la creación de nuevas plazas de trabajo y al cambio de la matriz productiva de nuestro país.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Realizar un proyecto de exportación de chocolate artesanal ambateño, por la empresa productora “Chocolate Carolina” de la parroquia Huachi Chico, provincia de Tungurahua hacia la ciudad de Berlín-Alemania, para incentivar un crecimiento empresarial.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Realizar un diagnóstico de la empresa para saber si esta en las condiciones de aumentar su productividad.
2. Analizar el mercado alemán para conocer la demanda del producto y determinar la factibilidad de la exportación.
3. Diseñar un plan de exportación para establecer los requisitos legales aduaneros solicitados para la exportación así como también conocer su viabilidad.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Para poder comenzar con una investigación para un proceso del Comercio Exterior como es el de una exportación, es necesario conocer algunos términos de distintos autores que estén especializados en estos temas afines al proyecto planteado.

2.1.1 Producción Agropecuaria

En la actualidad la tercera parte del territorio nacional está destinada para la actividad agrícola que es una parte importante dentro del ámbito económico, social y productivo. Su trascendencia se ha reflejado notoriamente durante la historia económica del país las cuales ha sobresalido en periodos económicos en auges agrícolas como; el boom cacaotero y bananero. Su participación en el PIB Nacional ha representado un ingreso del 8-9% de la economía ecuatoriana, convirtiéndolo en uno de los pilares fundamentales de la economía nacional.

Durante los últimos trece años, el sector agropecuario ha crecido a una tasa interanual del 4% del Producto Interno Bruto Agropecuario Nacional (Banco Central, 2015) esto ha hecho que la economía muestre un dinamismo e importante aporte en la economía Nacional.

El extraordinario desempeño del sector en los últimos años es gracias a proyectos impulsados por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) como son: Plan Semilla de Alto Rendimiento, el Programa de Reactivación Cafetera del Ecuador y el Programa de Reactivación Cacaotera del Ecuador entre otros. Estos programas han impulsado la productividad agrícola mediante el mejoramiento tecnológico en la producción de los cultivos; acceso a los factores de la producción y a un mercado con precios referenciales para cultivos como arroz, leche, maíz, entre otros. La estructura diversificada actual de este modelo económico agropecuario creciente se fundamenta sus pilares en la producción de banano-café-cacao en un 20%, acuacultura y

pesca 14%, silvicultura 12%, producción pecuaria 10% y flores 8% (Composición PIB Agropecuario, 2016). Sectores que sobresalen por su producción nacional, y dando aporte a la economía del Ecuador y a la demanda mundial de productos de alta calidad de consumo masivo.

2.1.2 Producción Cacaotera del Ecuador

El cacao es uno de los más significativos símbolos del país. Durante casi un siglo el orden social y económico ecuatoriano se desarrollaba alrededor del mercado internacional del cacao. Ecuador posee una gran superioridad, ya que más del 70% de la producción mundial del cacao fino y de aroma se encuentra en nuestras tierras convirtiéndose en el mayor productor a nivel internacional. El país ocupa el sexto puesto en exportaciones de cacao en general (no solo fino aroma), pero en América Latina Ecuador es el productor número uno, por encima de Brasil. Durante el presente siglo, la producción de cacao y su exportación experimentó un crecimiento de 73.924 toneladas métricas, en el 2002, a 185 mil toneladas métricas en el 2011, lo que significa que en 10 años se triplicó la producción, generando divisas por más de 530 millones de dólares.

El Gobierno Nacional reconoce la importancia de este rubro en la economía. Por ello, a través del Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca (MAGAP), decidió impulsar el Proyecto de Reactivación del Cacao Nacional Fino y de Aroma que se inició en julio del 2012.

Esta labor busca “reactivar al sector productivo de Cacao Nacional Fino y de Aroma, contribuyendo a reposicionar y consolidar el buen nombre del Ecuador como productor del mejor cacao del mundo, además de promover la productividad, rentabilidad, investigación, mejoramiento de la calidad e institucionalidad de la cadena de valor”.

El proyecto se ejecutará en 10 años y tendrá un alcance nacional. Se implementará en las provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas, Los Ríos y Santo Domingo de los Tsáchilas, en la Costa; Pichincha y Bolívar, en la Sierra; Sucumbíos, Orellana, Napo, Morona Santiago y Zamora Chinchipe, en la Amazonía.

El objetivo es que en este período, se reactive a este sector, para incrementar la oferta exportable a 300 mil toneladas métricas anuales. Específicamente se busca renovar 284 mil hectáreas de cacao y establecer 70 mil hectáreas de nuevas plantaciones, en reemplazo de cultivos menos rentables, pastizales viejos o tierras en descanso. Con ello se incrementará la oferta exportable de 150 mil toneladas métricas por año a 300 toneladas métricas por año.

Asimismo, se plantea fomentar e implementar programas de crédito diseñados de acuerdo a los ciclos del Cacao Nacional Fino o de Aroma; establecer un sistema de capacitación y asistencia técnica bajo la metodología de Escuelas de Campo, para atender a 60 mil productores; diseñar un sistema de trazabilidad para garantizar la calidad del producto, a través de un procedimiento de homologación de procesos e infraestructuras de comercialización, beneficiando al menos a 50 asociaciones de productores.

Finalmente, se busca institucionalizar la cadena de valor de cacao del Ecuador, que permita fortalecer el tejido socio organizativo, a fin de conformar una organización gremial que represente al Cacao Nacional Fino o de Aroma en el ámbito local e internacional, garantizando la sostenibilidad y sustentabilidad del proyecto; fortalecer la investigación y difusión de la actividad científica; así como financiar las investigaciones que demanda el sector, y de esta manera mejorar la actividad cacaotera. Está previsto que Ecuador exporte 300 mil toneladas métricas por año de Cacao Nacional Fino o de Aroma, en el 2021. A partir de estos se generará alrededor 700 millones de dólares anuales. (MAGAP, 2013)

2.1.3 Historia del cacao

Para realizar el presente estudio sobre el chocolate artesanal es necesario mencionar su historia y su origen de la materia prima: “el cacao”

El cacao es una fruta tropical, que según historiadores el árbol del cacao crecía de forma natural en diversos países de la zona tórrida de América, pero mayormente en México, en las provincias de Nicaragua y Guatemala, así como en las riberas del Amazonas, asimismo sobre la costa atlántica de Nicaragua (desde Comana a Cartagena) y en la

entonces llamada Isla Dorada (en el Golfo de Darién, entre Panamá y Colombia). Algunos árboles de cacao también crecían de forma natural en los bosques de Martinica. Incluso la cultura Azteca y Maya lo utilizaban como instrumento de cambio en los mercados indígenas, también con el cacao los aztecas preparaban una bebida amarga llamada “xocolat” cuyo significado es “agua espumosa” del cual deriva la palabra chocolate (Valenzuela, 2009).

Con la colonización de América se empiezan a introducir varias especies a Europa y una de ellas fue el cacao. Cristóbal Colon fue el primer europeo en probar la bebida, pero fue Hernán Cortés quien en 1528 lo introdujo a España, donde se protegió la receta del chocolate como secreto de Estado. Al crecer la demanda local del chocolate se empezó a sembrar en territorio colonizado por los españoles. En un principio no tuvo gran aceptación por su sabor amargo, pero cuando la gente de la Corte Real empezó a experimentar con miel y caña de azúcar, el sabor cambió gradualmente. Se dice que el cacao era tan escaso y caro que sólo los nobles podían permitírselo la gente del pueblo tuvo que privarse del cacao por el momento.

A partir de 1657 la expansión del cacao creció a pasos agigantados gracias a que Francia comenzó a comercializar tabletas de chocolate con Inglaterra quien a su vez puso un impuesto al chocolate equivalente a las tres cuartas partes de su peso en oro. Por tal motivo el chocolate se convirtió en un artículo lujoso que solo podía ser costado por la alta sociedad. (Aguilera, 2009)

El chocolate tuvo bastante acogida en Europa que pronto otros países empezaron a demandarlo, lo cual provocó que también el cultivo del cacao se expanda, Francia empezó a sembrar en República Dominicana, Inglaterra lo hizo en Jamaica, pronto fue la expansión del chocolate que su cultivo se trasladó a África, a partir de 1822 se introdujo sus primeras plantas a Nigeria, Ghana, Camerún.

Por su parte los suizos fueron los primeros en empezar a mezclar el chocolate con leche para hacerlo más cremoso; y fue Henry Nestlé en mezclarlo con leche condensada, y de aquí nace el chocolate que hoy se conoce como el tipo “suizo”.

La cultura del cacao en Ecuador es antigua, se sabe que a la llegada de los españoles en la costa del Pacífico, ya se observaban grandes árboles de cacao que demostraban el

conocimiento y la utilización de esta especie en la región costera, antes de la llegada de los europeos. En el Ecuador actual se cultivan algunos tipos de cacao, pero la variedad conocida como NACIONAL es la más buscada entre los fabricantes de chocolate, por la calidad de sus granos y la finura de su aroma.

2.1.4 Tipos de cacao

En el mundo existen diferentes variedades de cacao, originalmente eran sólo dos tipos; el criollo y el forastero, pero el cruce de estas dos especies dio origen al trinitario, y del cruce repetido entre ellos, se originaron los diferentes tipos de cacao que conocemos y utilizamos.

Cacao Criollo o Dulce

Es originario de Centroamérica, Colombia y Venezuela. Se distingue por tener frutos de cáscara suave, con 10 surcos, combinando un surco profundo con otro de menor profundidad. Los lomos son brotados y borroñosos y terminan en una punta delgada. Las semillas son dulces y de color blanco a violeta.

De esta variedad se produce el cacao fino o de mejor calidad. Actualmente no existe cacao criollo puro, sino lo que llamamos variedades acriolladas debido a que han tenido varios cruces con otras variedades.

Cacao Amargo o Forastero

Es originario de América del sur y es el más cultivado en las regiones cacaotera de África y Brasil. Se distingue porque tiene frutos de cáscara dura y más o menos lisa. Sus semillas o almendras son aplanadas de color morado y sabor amargo.

Cacao Variedad Trinitaria

Surge del cruce del cacao Criollo y Forastero. Las mazorcas pueden ser de muchas formas y colores; las semillas son más grandes que las del cacao criollo y forastero; las

plantas son fuertes, de tronco grueso y hojas grandes. En la actualidad la mayoría de los cacaotales que en el mundo son trinitarios.

2.1.5 Características del Cacao

Es un árbol de hoja perenne y tronco larguirucho, aunque realmente es una especie pequeña. Mide de 4 a 8 metros de altura y de 5 a 20 centímetros de ancho. Cuenta con una raíz principal que se adentra varios metros por debajo de la superficie del suelo. Presenta hojas delgadas de un brillante verde oscuro que se disponen de forma alterna y cuya base es redondeada mientras que la punta es alargada. Miden entre 20 y 35 centímetros de largo y 7-8 centímetros de ancho.

Desarrolla unas flores pequeñas amarillo pálido a rosa que se agrupan en racimos que crecen directamente del tronco. Esta característica de crecimiento directo sobre el tronco o las ramas es inusual en los árboles. Los frutos son vainas rojizas a marrones, de forma cilíndrica o esférica que contienen numerosas semillas en una pulpa viscosa.

En estado silvestre prospera en la selva tropical de hoja perenne, por lo regular por debajo de los 300 metros sobre el nivel del mar y en grupos a lo largo de los ríos. Los árboles cultivados necesitan alta humedad y bastante luz.

Esta angiosperma es capaz de producir flores de ligerísimo aroma durante todo el año y en estado silvestre es polinizado por jejenes (Nematocera) e insectos de la subfamilia Forcipomyiinae. Si la polinización es exitosa se desarrollan vainas con 20-60 semillas que descansan en una pulpa blanca de sabor agridulce. En caso contrario la flor se cae. Después, animales como los monos y los agutíes se encargan de dispersar las semillas.

El cultivo del cacao es victorioso en las regiones tropicales con alto nivel de humedad. Puede propagarse por semilla y la germinación tarda unos 10-14 días. (Valero & Pamplona, 2010)

Tabla 1. Composición del cacao

% Máximo de grano sin cascara	
Agua	3.2
Grasa (manteca de cacao)	57
Cenizas	4.2
Nitrógeno total	2.5
Teobromina	1.3
Cafeína	0.7
Almidón	9
Fibra cruda	3.2

Realizado por: Fernando Vásconez

Año: 2017

2.1.6 Características Nutricionales del Chocolate

El consumir chocolate es beneficioso para la salud, ya que representa una fuente importante de fitonutrientes, esto quiere decir que ejerce una potente actividad en el proceso de envejecimiento ya que tiene una propiedad antioxidante, previene daño celular, mitigando la progresión de fenómenos degenerativos asociados a la edad como la arteriosclerosis, también ayuda a prevenir enfermedades como: antiinflamatorios, cardioprotectores, antitrombóticos, neuroprotectivos, metabólicos e, incluso, antiproliferativos. Así, su consumo regular protege frente al desarrollo y la progresión de diversas enfermedades crónicas. La protección antihipertensiva del cacao se describió ya epidemiológicamente por primera vez en los indios Kuna del Panamá, quienes lo consumen regularmente en altas cantidades y no desarrollan allí hipertensión arterial en todas las etapas del envejecimiento. (Fleming, 2010)

Según estudios realizados, comer 6.7 gramos de chocolate al día representa el monto ideal para obtener un efecto protector ante la inflamación y la subsecuente enfermedad cardiovascular. Los flavonoides contenidos en el chocolate oscuro reduce la presión sanguínea al producir óxido nítrico.

No escasean los estudios que indican que consumir una pequeña barra de chocolate oscuro y crudo todos los días puede reducir la alta presión. Además se ha demostrado

que esta succulenta golosina reduce el colesterol LDL (colesterol malo) hasta en un 10%. Además de los beneficios al corazón, se ha probado que el chocolate estimula la producción de endorfinas que crean sentimientos de placer. (University of California, 2008)

Tabla 2: Composición del chocolate por cada 100 gr.

	Sin azúcar	Con azúcar	Con leche
Energía	5220 Kcal	505 Kcal	513 Kcal
Proteína	10.30 g	3.9 g	6.9 g
Hidratos de carbono	28.30 g	59.6 g	59.2 g
Fibra	15.4 g	5.5 g	3.4 g
Potasio	833 mg	290 mg	385 mg
Fosforo	417 mg	147 mg	216 mg
Hierro	6.32 mg	2.76 mg	1..39 mg
Sodio	14 mg	16mg	82 mg
Magnesio	310 mg	113 mg	60 mg
Calcio	74 mg	24 mg	191 mg
Cobre	2.1 mg	0.574 mg	0.385 mg
Zinc	4.01 mg	1.50 mg	1.38 mg
Selenio	7.5 mg	2.8 mg	3.9 mg
Vitamina A	98 UI	20 UI	185 UI
Vitamina E	1.230 mg	1.190 mg	1.240 mg
Vitamina B1	0.080 mg	0.020 mg	0.079 mg
Vitamina B6	0.095 mg	0.043 mg	0.042 mg
Acido Fólico	7 mg	3 mg	3 mg

Realizado por: Fernando Vásquez

2.1.7 Ingredientes y Componentes del chocolate artesanal

El chocolate es el alimento que se obtiene mezclando azúcar con dos productos derivados de la manipulación de las semillas del cacao: una materia sólida (la pasta de cacao) y una materia grasa (la manteca de cacao). A partir de esta combinación básica, se elaboran los distintos tipos de chocolate, que dependen de la proporción entre estos elementos y de su mezcla con otros productos.

La transformación del cacao y la producción de chocolate son dos procesos diferentes que, aunque ligados, requieren diferentes procedimientos para obtener los productos finales. La transformación de cacao significa básicamente convertir el cacao en grano en cacao sin cáscara, licor, manteca, torta y polvo. La fabricación de chocolate incluye la mezcla y refinado del licor de cacao, la manteca de cacao y otros ingredientes tales como la leche y el azúcar.

El chocolate negro (normalmente, con una proporción de cacao inferior al 50%), al que se le ha añadido una pequeña cantidad de fécula (normalmente, harina de maíz) para que a la hora de cocerlo aumente su espesor. Suele disolverse en leche. Hoy en día, es posible encontrar también este chocolate en los comercios en forma ya líquida.

2.1.8 Proceso Productivo de la Elaboración del Chocolate Artesanal

El proceso para la elaboración del chocolate artesanal ambateño de acuerdo con la empresa visitada “Chocolate Carolina” es el siguiente:

Ilustración 1. Proceso productivo de la elaboración del chocolate artesanal



Fuente: Empresa “Chocolate Carolina”

Año; 2017

Descripción del proceso

✓ Selección del cacao

El cacao fino de aroma como el cacao CCN51 son vaciados dentro de un tamiz para proceder a extraer las impurezas como arena, madera, piedras, vidrios y cascaras, para así mantener la calidad del producto.

✓ Tostado

El cacao seleccionado se lo inserta dentro de la maquina tostadora por 1 hora. En este proceso se lo realiza con aire caliente y es primordial ya que facilita la remoción de la cáscara del cacao.

✓ **Pelado**

Una vez que termina el tostado y aprovechando el calor que mantiene el grano, es despojado de su cascara. El producto obtenido en este proceso es conocido como nib.

✓ **Molinos**

El cacao pasa 6 veces por los molinos a motor hasta obtener un producto de consistencia fina. Enseguida es cubierto con frazadas para mantener el calor.

✓ **Entablillado**

La pasta de cacao es puesta en las tabillas u hojas plásticas de manera ovalada. Las operarias realizan una actividad física al golpear la tabilla contra las mesas de madera y así obtener dicha forma.

✓ **Enfriado**

El chocolate es puesto a enfriar por 30 minutos con la ayuda de ventiladores.

✓ **Empaquetado**

El chocolate es liberado de la hoja plástica y enfundado.

8 pastillas corresponden a 1/2 libra.

3 pastillas corresponden a 120 gr.

2.1.9 Producción y Consumo en el Mundo

Tabla 3. Principales productores y consumidores

Productores mundiales	TM (miles)	Mayores consumidores	Libras/ habitante
Costa de Marfil	1.796	Suiza	19.8 lbs
Ghana	740	Alemania	17.4 lbs
Indonesia	350	Irlanda	16.3 lbs
Ecuador	250	Reino Unido	16.2 lbs
Camerún	232	Suecia	14.4 lbs
Brasil	230	Estados Unidos	9.5 lbs
Nigeria	195	Francia	9.3 lbs

Fuente: ICCO (International Cocoa Organization)

Año: 2017

2.1.10 Producción y Elaboración de Chocolate Artesanal en el Ecuador

Es importante mencionar el desarrollo de la actividad productiva y comercial de la provincia de Tungurahua y la ciudad de Ambato, en donde se fabrica el chocolate artesanal.

Una de las características estructurales de la región y la más importante de resaltar es la notable diversificación de su aparato productivo, ya que su dinamismo económico se basa en la variedad de pequeños y medianos emprendimientos de todo tipo, desde actividades agropecuarias, manufactureras y artesanales.

Dentro de la provincia de Tungurahua no se tienen registros de Producción de Cacao, supliendo esa necesidad con la compra de la materia prima en las provincia del Oro y Los Rios (Echandía, Camarón), pero sí de elaboración de Chocolate tanto en formas artesanal como industrial lo que hace que esta industria se haya empezado a considerar como rentable desde los últimos años.

Uno de las tradiciones del chocolate ambateño es batir la pasta de cacao sea por muchas horas para que se convierta en chocolate. Es por eso que el chocolate de la provincia de Tungurahua tiene gran aceptación, en especial si es elaborado artesanalmente.

Para los artesanos ha sido de mucha ayuda los convenios con las instituciones públicas, ya que de esta forma han podido capacitarse y tecnificar la producción, haciéndolo más atractivo para el consumidor. Esto ha hecho que los artesanos mejoren sus ventas y sus mercados, los mismo que son comercializados dentro de la provincia y sus alrededores, logrando llegar a más zonas del Ecuador, así como también al exterior por medio de personas que tiene familiares en el extranjero, y se lo ha hecho por medio de courriers.

Con la constante tecnificación las empresas han aumentado su productividad, en el caso de la empresa "Chocolate Carolina" bajo un análisis de mano de obra y maquinaria se determinó que su capacidad máxima de producción de la planta es de 9.375 kg por hora, durante las 8 horas de trabajo se procesan 75 kg diarias lo que representa 375 kg semanales, mensuales de 1.500 kg y al año 18.000 kg. El mercado local demanda 7.400 libras mensuales para el consumo local, por lo que existe la capacidad de 10.600 kg (10.6 TM) anuales que serían destinadas para su exportación.

Tabla 4: Principales productores de chocolate artesanales

Empresa	Capacidad física	Producción/ mes	Materia prima	Producto
Chocolate Carolina	1 Planta		Cacao Nacional	Chocolate en tabla
Doña Judit	1 Planta		Cacao Nacional	Chocolate en tabla
La Chokolatera	1 Planta		Cacao Nacional	Chocolate en tabla
Fadyschoc	1 Planta		Cacao Nacional	Chocolate en tabla
El Buen Chocolate	1 Planta		Cacao Nacional	Chocolate en tabla

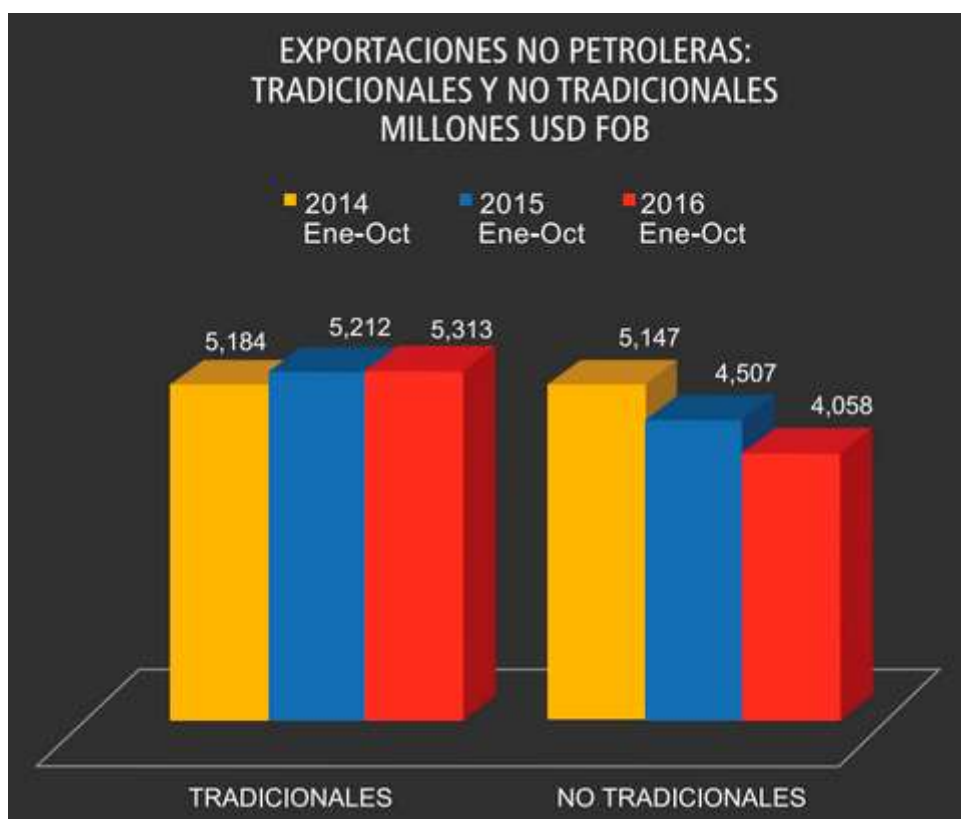
Fuente: MIPRO

Año: 2017

2.1.11 Exportaciones no petroleras del Ecuador del año 2014 al 2016

Productos no petroleros tradicionales definidos por el Banco Central del Ecuador son: Banano y plátano, Café y elaborados, Camarón, Cacao y elaborados, y Atún y pescado (incluye atún entero, filetes de atún y demás filetes)

Ilustración 2: Exportaciones en millones de dólares



Fuente: Banco Central del Ecuador
Año: 2017

La exportación de productos tradicionales no petroleros durante el periodo de enero-octubre 2016 creció un 1.95% en comparación con el mismo periodo del año 2015, mientras que la exportación de productos no tradicionales decreció un 9.96%.

2.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

2.2.1 Historia del chocolate artesanal ambateño

La empresa “Chocolate Carolina” cuenta con cerca de 100 años de tradición, y lleva mas de cuatro generaciones que han dedicado a la elaboración del chocolate artesanal ambateño, que han heredado su receta desde sus abuelos, padres y los mismos traspasan sus conocimientos a sus hijos, nietos y familiares.

Esta tradicional receta se encuentra en la fábrica de chocolate artesanal en la parroquia de Huachi Chico ubicada en la ciudad de Ambato, quien relata como la elaboración del

chocolate es una tradición en su familia desde hace más de 100 años, pues recuerda que su abuelo fabricaba el producto en tiestos de barro y molinos de piedra para ser vendido en varias ciudades de Ecuador como Quito, Riobamba, y dentro de la provincia de Tungurahua, el producto era distribuido en la ciudad de Baños y Pelileo. Su medio de transporte eran los burros. Su principal punto de venta era la Plaza Urbina, El Parque Cevallos y en lo posterior el Mercado Central de Ambato donde se comercializaba el chocolate por onzas y medias libras.

Al ser una actividad que pasa de generación en generación, su proceso de producción se mantiene a través del tiempo, con algunas mejoras en lo que respecta a maquinaria básica como los molinos con motor y maquinas aventadoras, los cuales han ayudado en la mejora de tiempos a medida que la cantidad de producción ha incrementado.

2.2.2 Misión y Visión de la empresa

Misión:

“CHOCOLATE CAROLINA es una empresa del sector productivo, dedicada a comercializar el mejores chocolate artesanal ambateño, usando las mejores materias primas de nuestra región, con la máxima frescura e higiene y ofrecer productos de calidad garantizada para cumplir con la satisfacción total de nuestros clientes.”

Visión:

“CHOCOLATE CAROLINA, será una empresa líder de la región, reconocida por su alta calidad, liderazgo, competitividad e innovación en la producción, mercadeo y ventas del chocolate en tabla, teniendo un compromiso nutricional, social, económico y ambiental permanente”

2.2.3 Distribución del Personal

La empresa Chocolate carolina cuenta con el siguiente personal:

Tabla 5: Distribución del personal

CARGO	N PERSONAS
Gerente	1
Administrativo	2
Producción	2
Comercialización	1
TOTAL	6

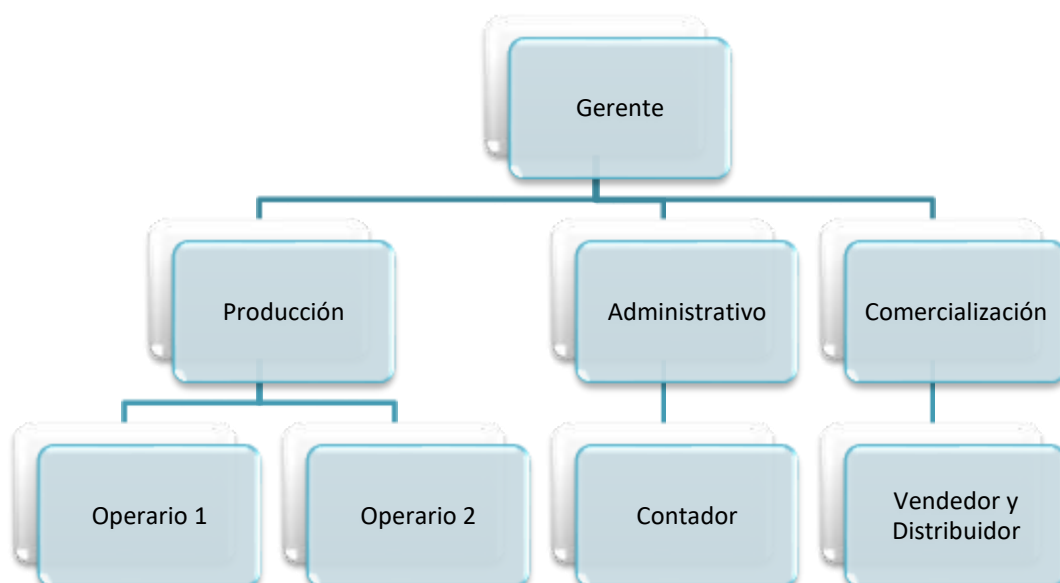
Realizado por: Fernando Vásconez

Año: 2017

2.2.4 Estructura Organizacional

En el siguiente organigrama especifica la estructura orgánica de la empresa, los niveles de jerarquía según sus responsabilidades y las funciones que desempeñen. A su vez el organigrama indica las relaciones que existe en los diferentes puestos de trabajo de cada áreas de la empresa, con la finalidad de descartar los servicios de la organización y tener una buena comunicación entre todo el personal involucrado.

Ilustración 3: Organigrama Empresa Chocolate Carolina



Fuente: Empresa Chocolate Carolina

Año: 2017

El organigrama indica los distintos cargos dentro de la empresa, como se puede observar (Gráfico 2), en la cabeza el Gerente General, seguido por un Contador, un Vendedor, un Jefe de producción y dos operarios.

- ✓ **Gerente General:** Será la encargada de coordinar y supervisar la producción y a la vez será el Jefe de Producción.
- ✓ **Jefe Departamento Administrativo:** Se encargará de la administración, a la vez de secretaria y a llevar la contabilidad de la empresa.
- ✓ **Jefe Departamento de Comercialización:** Se encargara de la distribución, venta y empaquetado.
- ✓ **Operadores:** Se encarga de la elaboración del producto.

2.2.5 Logotipo de la Empresa Chocolate Carolina

La empresa “CHOCOLATE CAROLINA” se identifica con el siguiente logotipo, que al igual es utilizado en su empaquetado.

Ilustración 4: Logotipo Chocolate Carolina



Fuente: Empresa “CHOCOLATE CAROLINA”
Año: 2017

2.2.6 Productos y servicios

El chocolate artesanal ambateño en tabla está elaborado con cacao 100% ecuatoriano cuya materia prima proviene de fincas del país, y cuya elaboración cumple con las normas de calidad.

Ilustración 5: Presentación del chocolate en tabla



Fuente: Empresa “CHOCOLATE CAROLINA”

Año: 2017

Podemos observar la forma de la presentación del producto, la cual cumple con todas las normas legales, semáforo nutricional, información nutricional, registro sanitario, código de barras, fecha de elaboración y expedición, lugar de elaboración, que dan garantía de la calidad del producto.

2.2.7 Clientes

Dentro del mercado local los clientes son: mercados, supermercados, distribuidores y tiendas; y en el mercado internacional los clientes serán: las empresas importadoras y distribuidoras. Estas conformaran los principales clientes en el proceso de exportación del chocolate artesanal, ya que son las encargadas de la adquisición del producto y la distribución del mismo en las tiendas y supermercados de productos étnicos y latinos.

2.2.8 Proveedores

Los principales proveedores de la materia prima de la empresa Chocolate Carolina son los productores de fincas cacaotera de distintas provincias del país, que dotan de la mejor producción para la elaboración de dicho producto.

2.3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.3.1 Productividad

Como afirma (Arroyo, 2012) es el incremento simultáneo de la producción y el rendimiento debido a la modernización y la mejora de los métodos de trabajo. Relación entre los factores de la producción utilizados y el resultado obtenido.

2.3.2 Chocolate artesanal

Chocolate tradicional donde se trabaja de forma artesanal, que normalmente es realizado en forma manual donde no interviene una gran industrialización, la cual es distintivo por su calidad, ya que está elaborado con materia prima de excelente calidad con cacao fino de aroma cien por ciento nacional.

Al concentrarnos en un producto de elaboración artesanal, se debe mencionar las características de la misma. La producción artesanal elabora objetos mediante la transformación de materias primas a través de los procesos de producción no industrial, los cuales utilizan maquinarias y herramientas simples con predominio del trabajo físico y mental. (Bustos, 2009)

Características del chocolate artesanal:

- ✓ No contiene aditivos, conservantes o colorantes
- ✓ No es masificado, es más valorado por su calidad
- ✓ Es un producto con identidad, al incorporar elementos históricos, culturales o artísticos.

2.3.3 Proyecto

Idea de una cosa que se piensa hacer y para la cual se establece un modo determinado y un conjunto de medios necesarios. Un proyecto es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas (Toro, 2011).

2.3.4 Proyecto de exportación

Es el documento que guía el esfuerzo exportador de cualquier empresa, le dice hacia donde debe ir y como llegar al mercado internacional, es el mapa del camino que deberá recorrer, analiza la situación actual, a fin de fijar las rutas de acción que faciliten el aprovechamiento de las oportunidades y la esquivar, eliminación o reducción de los riesgos previsibles (Vaca, 2010).

2.3.5 Elementos y estrategias de exportación

Para un plan de exportación requerimos de objetivos principales de exportación en donde se refleja hacia donde nos dirigimos, mediante el uso de diferentes herramientas tecnológicas en donde podremos determinar el rendimiento de la competencia interna que ya tiene mercado en el extranjero. Una estrategia debe determinar por qué debe exportar y de qué manera va a lograr sus objetivos los mismos que deben ser concisos para que todos los involucrados de la empresa puedan contribuir para la realización de la estrategia de exportación.

2.3.6 Estudio de mercado

Como afirma (Camison, 2009) es el medio para recopilar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos; Sus objetivos conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio, una vez que se defina el producto o servicio es necesario que la empresa determine la información que se desea obtener.

2.3.7 Estudio técnico

El estudio técnico es aquel que representa la determinación del tamaño óptimo de la planta, permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas (Morales, 2009)

2.3.8 Análisis de la empresa

Para determinar un análisis de la empresa se debe tomar en cuenta las ventajas y desventajas que determinaran el potencial de la empresa ante la competencia de esta manera podrá alcanzar sus objetivos, un análisis FODA es muy recomendable debido a que se detallaran las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (Prieto, 2012)

2.3.9 Objetivos área de producción

Como afirma (Sánchez, 2012) en esta área se deberá determinar la transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores es la producción. Tales productos pueden ser bienes o servicios. El resultado final de un proceso de producción es el producto, el cual puede ser un bien o servicio, que representa satisfactorio para el consumidor

2.3.10 Objetivo del área administrativa

Como afirma (Sánchez, 2012) es la forma que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa, para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos se deben establecer dichos objetivos de acuerdo con las metas empresariales y del resto de áreas que la conforman.

2.3.11 Estudio financiero

Como afirma (Ramirez, 2010) el objetivo final del sistema financiero es facilitar la toma de decisiones así como mantener en forma ordenada el registro de cada operación económica realizada durante cierto periodo, por lo cual es necesario planear como se

llevara a cabo el proceso, así como quien lo realizará; dicho estudio deberá contener una inversión, costos, gastos, estados financieros, balance general, y una evaluación financiera.

2.4 MARCO TEÓRICO

2.4.1 Control aduanero

El control aduanero podrá efectuarse previo al ingreso, durante la permanencia de las mercancías en la zona o con posterioridad a su salida. Los procedimientos que para el control establezca la administración aduanera, no constituirán obstáculo para el flujo de los procesos productivos de las actividades que se desarrollen en las ZEDE; y deberán ser simplificados para el ingreso y salida de mercancías en estos territorios.

2.4.2 Medidas no arancelarias

El Comité de Comercio Exterior podrá establecer medidas de regulación no arancelaria, a la importación y exportación de mercancías, en los siguientes casos:

Cuando sea necesario para garantizar el ejercicio de un derecho fundamental reconocido por la Constitución de la República;

- ✓ Para dar cumplimiento a lo dispuesto en tratados o convenios internacionales de los que sea parte el Estado ecuatoriano;
- ✓ Para proteger la vida, salud, seguridad de las personas y la seguridad nacional;
- ✓ Para garantizar la preservación del medio ambiente, la biodiversidad y la sanidad animal y vegetal;
- ✓ Cuando se requiere imponer medidas de respuesta a las restricciones a exportaciones ecuatorianas, aplicadas unilateralmente.
- ✓ Injustificadamente por países, de conformidad con la normas y procedimientos previstos en los respectivos acuerdos comerciales internacionales y las disposiciones que establezca el órgano rector en materia de comercio exterior:
- ✓ Cuando se requiere aplicar medidas de modo temporal para corregir desequilibrios en la balanza de pagos;

- ✓ Para evitar el tráfico ilícito de sustancias estupefacientes y psicotrópicas
- ✓ Para lograr la observación de las leyes y reglamentos, compatibles con los compromisos internacionales, en materias tales como control aduanero, derechos de propiedad intelectual, CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES, COPCI.

2.4.3 Tasas

Las tasas que se exijan para el otorgamiento de permisos, registros, autorizaciones, licencias, análisis, inspecciones y otros trámites aplicables a la importación y exportación de mercancías, o en conexión con ellas, distintos a los procedimientos y servicios aduaneros regulares, se fijarán en proporción al costo de los servicios efectivamente prestados, sea a nivel local o nacional.

2.4.4 Normas de origen

Se entenderá por normas de origen los parámetros técnicos establecidos con el objeto de determinar el territorio aduanero o región de origen de un producto. El origen de la mercancía podrá ser nacional, si se considera un solo país, o regional, si se considera a más de un país. Las mercancías podrán estar sujetas al cumplimiento de normas de origen para efectos de beneficiarse de preferencias arancelarias, contingentes, regímenes especiales aduaneros, y para otras medidas comerciales específicas donde se requiera determinar el origen de un producto.

2.4.5 Certificado de origen

Corresponderá a la unidad gubernamental que se designe la certificación de origen de las mercancías nacionales. La administración de la certificación podrá efectuarse de manera directa o a través de entidades habilitadas para el efecto, públicas o privadas; y la autoridad competente podrá actuar de oficio o a petición de parte interesada, nacional o extranjera, en la investigación de dudas sobre el origen de un producto exportado desde Ecuador.

2.4.6 Base imponible

La base imponible de los derechos arancelarios es el valor en aduana de las mercancías importadas. El valor en aduana de las mercancías será el valor de transacción de las mismas más los costos del transporte y seguro, determinado según lo establezcan las disposiciones que rijan la valoración aduanera. El costo del seguro formará parte del valor en aduana pero la póliza de seguro no será documento obligatorio de soporte exigible a la declaración aduanera. Cuando la base imponible de los derechos arancelarios no pueda determinarse, conforme al valor de transacción de las mercancías importadas, se determinará de acuerdo a los métodos secundarios de valoración previstos en las normas que regulen el valor en aduana de mercancías.

2.4.7 Balanza comercial

Es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones. Es positiva cuando el valor de las importaciones es inferior al de las exportaciones, y negativa cuando el valor de las exportaciones es menor que el de las importaciones.

2.4.8 Embalaje

Es un recipiente o envoltura que contiene productos de manera temporal principalmente para agrupar unidades de un producto pensando en su manipulación, transporte y almacenaje.

2.4.9 Etiquetado

Tiene como función identificar al responsable del producto, que puede ser el fabricante, el distribuidor, el vendedor, o importador. En el etiquetado debe constar información tal como el nombre genérico del producto, datos del fabricante, distribuidor, vendedor, o importador, instrucciones de uso y la advertencia de riesgos previsibles.

2.4.10 Logística

En la actualidad la logística se relaciona con procedimientos que abarcan desde la compra de materias primas hasta la entrega del producto final al consumidor y comprende todo lo relativo a planificar la producción, el manejo de empaques, etiquetado y embalajes, el transporte, el manejo de inventarios, la tramitación de órdenes de compra y el manejo de toda la cadena a fin de que los consumidores obtengan los productos de manera rápida, económica y confiable.

Esto se puede lograr con un buen desempeño logístico. En efecto, un buen desempeño logístico permite: Optimizar el proceso de la empresa. Evitar el pago de multas o recargos, por parte de las empresas de transporte, aduanas y hasta de los mismos clientes. Buscar las mejores opciones en términos de costo Obtener nuevas órdenes de compra, en razón del buen desempeño (Martínez, 2012)

2.4.11 Tratados internacionales

Tratados Internacionales se consideran como los acuerdos que celebran dos o más Estados como entidades soberanas entre sí, sobre cuestiones diplomáticas, políticas, económicas, culturales u otras de interés para ambas partes. Únicamente pueden celebrarse por Estados soberanos, es decir aquellos cuya independencia o integridad territorial se encuentren reconocidas y respetadas por los demás países de la comunidad internacional (Organización de las Naciones Unidas, Organización de Estados Americanos).

2.4.12 Arancel

Es donde se encuentran relacionadas todos los derechos de aduana, convertido generalmente en una ley, es el tributo que se aplica a los bienes, que son objeto de importación o exportación que se clasifican en la determinación de los gravámenes que deben causarse (Soler, 2012)

2.4.13 Exportación

Operación que supone la salida de mercancías de un territorio aduanero y que produce como contrapartida una entrada de divisas, con el fin de ser usados o consumidos en otro país (Ortega, 2013)

2.4.14 Importación

Como afirma (Jerez, 2011) es la entrada en territorio nacional de bienes o servicios adquiridos en otro país, acompañada de una salida de divisas como contrapartida.

2.4.15 Demanda

Es la cantidad de una mercadería o servicio que se comprará en un tiempo determinado y en un tiempo dado, la demanda teórica corresponde a las necesidades de abastecimiento, y la demanda efectiva lleva envuelta la necesaria disponibilidad de capacidad de pago, para que la necesidad sea satisfecha (Mendoza, 2011)

2.4.16 Oferta

Es la cantidad de un producto, que los productores estarían dispuestos a producir y ofrecer a los compradores en un momento dado a un justo precio de la mercancía (Mendoza, 2011)

2.4.17 Canales de distribución

Son todos los medios a través del cual se desplazan los productos desde un punto de producción hasta los consumidores, diferentes estructuras de intermediarios mediante los cuales se puede realizar la comercialización de un producto (Garcia, 2012).

2.4.18 Mercado objetivo

Es un grupo específico de consumidores a los cuales se pretende vender determinado producto de una empresa. Un buen conocimiento de los hábitos de compra y de gastos

de los consumidores es esencial para elaborar buenas estrategias de ventas para el mercado objetivo, fijada una cierta calidad, es decir, la optimización de la satisfacción o el precio fijados algunos factores.

2.4.19 ICOTERMS

Los INCOTERMS (International Commercial Terms) comprenden el conjunto de reglas aplicadas a la interpretación de los términos comerciales internacionales, a los que se les da un sentido unívoco y que son comúnmente aceptadas.

Su finalidad consiste en establecer un conjunto de reglas internacionales para la interpretación de los términos comerciales más utilizados en las transacciones internacionales. De modo que podrán evitarse las incertidumbres derivadas de las distintas interpretaciones de dichos términos en países diferentes o, por lo menos, podrán reducirse en gran medida (Contreras, 2010)

✓ EXW (Ex Works)

“En fábrica” significa que el exportador realiza la entrega de la mercancía cuando la pone a disposición del importador en el establecimiento del exportador o en otro lugar convenido (es decir, taller, fábrica, almacén, etc.), sin despacharla para la exportación ni cargarla en un vehículo receptor. Conlleva obligaciones mínimas para el exportador, y máxima asunción de costes y riesgos por parte del importador. Para las operaciones de comercio exterior es más apropiado el uso de FCA

✓ FCA (Free Carrier)

“Franco Transportista” significa que el exportador entregará la mercancía al transportista o persona indicada por el importador, en el lugar acordado, cargando la mercancía en el medio de transporte provisto por el importador, dentro de las instalaciones del exportador, o poniendo la mercancía a disposición del transportista o persona indicada por el importador, en el medio de transporte del exportador, preparada para su descarga.

✓ FAS (Free Alongside Ship)

“Franco al Costado del Buque” significa que el exportador entregará la mercancía colocándola al costado del buque designado por importador, en el punto de carga fijado por dicho importador, dentro del puerto de embarque convenido (siguiendo las prácticas operativas de este puerto).

También cabe la posibilidad de que el exportador obtenga la mercancía así entregada, al costado del buque, para el embarque; como en los casos de materias primas, u otras mercancías asociadas a ventas en cadena.

✓ FOB (Free On Board)

“Franco a Bordo” significa que el exportador entregará la mercancía a bordo del buque designado por el importador, en el puerto de embarque convenido (en la forma habitual en dicho puerto).

También es posible que el exportador obtenga la mercancía ya entregada en estas condiciones(a bordo del buque), como en los casos de materias primas, u otras mercancías asociadas a ventas en cadena.

✓ CFR (Cost and Freight)

“Coste y Flete” significa que, al igual que FOB, El exportador entrega la mercancía a bordo del buque designado, de acuerdo con las prácticas del puerto.

Es posible asimismo que el exportador ya obtenga la mercancía así entregada, como en los casos de materias primas, u otros asociados a ventas en cadena.

✓ CIF (Cost, Insurance and Freight)

“Coste, Seguro y Flete” significa que el exportador entrega la mercancía a bordo del buque designado, de acuerdo con las prácticas (operativa) del puerto.

También es posible que el exportador obtenga la mercancía ya entregada en estas condiciones para su transporte hasta destino.

✓ CPT (Carriage Paid To)

“Transporte Pagado Hasta” significa que el exportador entregará la mercancía al transportista que haya contratado (u otra persona designada por el propio exportador), en el lugar acordado por el exportador y el importador. El transportista llevará la mercancía desde este lugar / punto de entrega hasta el lugar / punto de destino.

✓ CIP (Carriage and Insurance Paid to)

“Transporte y Seguro Pagados hasta” significa que El exportador entregará la mercancía al transportista que haya contratado (u otra persona designada por el propio exportador), en ellugar acordado entre exportador e importador. El transportista llevará la mercancía desde este lugar / punto de entrega hasta el lugar / punto de destino.

✓ DAT (Delivered At Terminal)

“Entrega en terminal” es un término incorporado con los Incoterms 2010, que supone que, tras la descarga de la mercancía, la entrega de la misma se produce con su puesta a disposición del importador, en la terminal designada, en el puerto o lugar de destino convenido.

✓ DAP (Delivered At Place)

Este es otro de los Incoterms introducidos con la última actualización de 2010. “Entregada en lugar convenido” supone que el exportador entrega la mercancía una vez sea puesto a disposición del importador en el lugar convenido, antes de descargarla.

2.5 IDEA A DEFENDER

2.5.1 Idea general

Desarrollar y aplicar un Proyecto de Exportación de Chocolate Artesanal Ambateño permitirá a la Empresa CHOCOLATE CAROLINA del cantón Ambato, de la provincia

de Tungurahua poder expandirse hacia un nuevo mercado internacional y ofrecer un producto de calidad.

2.5.2 Idea específica

- ✓ Al realizar un análisis interno podremos conocer la situación actual en que se encuentra la Empresa CHOCOLATE CAROLINA.
- ✓ Al determinar el estudio de mercado se podrá profundizar e investigar la viabilidad del producto en el nicho de mercado objetivo.
- ✓ Al diseñar un plan de exportación se podrá aplicar estrategias y parámetros de viabilidad para la exportación de Chocolate Artesanal Ambateño.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente trabajo utilizaremos las siguientes modalidades de investigación:

3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

3.2.1 Investigación Exploratoria

Es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimiento. (Molina, 2010)

3.2.2 Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere. (Molina, 2010)

3.2.3 Investigación Bibliográfica

La investigación bibliográfica constituye una excelente introducción a todos los tipos de investigación, además de que constituye una necesaria primera etapa de todas ellas, puesto que ésta proporciona el conocimiento de las investigaciones ya existentes, teorías, hipótesis, experimentos, resultados, instrumentos y técnicas usadas- acerca del tema o problema que el investigador requiere para su propósito.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1 Unidad de Estudio

La unidad de estudio que se requiere va dirigida a las personas involucradas directamente con la producción del Chocolate Artesanal de la provincia de Tungurahua, y a los miembros de Empresa Chocolate Carolina, y de igual manera a todos los entes que intervienen en el comercio exterior del país como ministerios y entidades gubernamentales que poseen información relacionado con estos productos.

3.3.2 Universo

El universo en esta investigación son todos los Productores de la Provincia de Tungurahua y los miembros de la Empresa Chocolate Carolina

3.3.3 Muestra

La muestra son los productores de la provincia y miembros de la empresa Chocolate Carolina que se detalla a continuación en un total de 20 personas encuestadas:

Tabla 6: Productores y miembros de la empresa Chocolate Carolina

Rodrigo Guerrero	Juan Escobar
Carlos Guerrero	Alex Acosta
Anabel Guerrero	Jorge Espinoza
Alberto Guerrero	Finca camaron
Juan Carlos Paredes	Finca Canario
Verónica Lazcano	Fina Tablita
Judiht Velastegui	Jose Cardenas
Carlita Vargas	Productores asociados Echandia
Irene Villacis	Ivan Cisneros “productor”

Fuente: Empresa Carolina

Realizado Por: Fernando Vásconez

3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.4.1 Método Inductivo

El método inductivo crea leyes a partir de la observación de los hechos, mediante la generalización del comportamiento observado. El método inductivo es aquel método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación

3.4.2 Método Deductivo

Con la aplicación de este método, se va a poder conocer muchos aspectos de los cuales en el momento son una interrogante para nosotros y poder saber si el chocolate artesanal es aplicable para este mercado con sus generalidades.

3.4.3 Encuesta

La encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas. Permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades democráticas.

3.4.4 Entrevista

Una entrevista es una pieza de la interacción social en la cual una persona responde a otra una serie de preguntas sobre un tópico específico, en sí representa una interacción cara a cara entre dos o más personas. La entrevista representa una excelente técnica de recolección de la información. La administración de las preguntas se hace en base a una cédula de entrevista o programa de entrevista, las respuestas que se obtienen pueden ser registradas por medios electrónicos o por escrito

3.4.5 Resultados

Para sustentar el trabajo de titulación se ha realizado encuestas a los miembros de la Empresa “Chocolate Carolina”, y a los Productores de la provincia de Tungurahua teniendo como base 8 preguntas fundamentales las mismas servirán de guía para la verificación, las cuales nos dieron como resultado que se podrá exportar satisfactoriamente nuestro producto en este caso el Chocolate artesanal ambateño dándoles la oportunidad de asimilar y aprovechar las ventajas que tiene este producto cubriendo las necesidades del mercado de Berlín-Alemania. En la entrevista se realizará preguntas directas y concisas con ayuda de ministerios u órganos involucrados en relaciones internacionales.

También utilizare instrumentos tales como los registros, archivos ya que necesitare buscar datos claros y certeros ya previamente establecidos en libros y la web.

3.4.6 Tabulación de las encuestas

Pregunta N° 1 ¿Conoce usted a la Empresa Chocolate Carolina?

Tabla 7: Pregunta 1

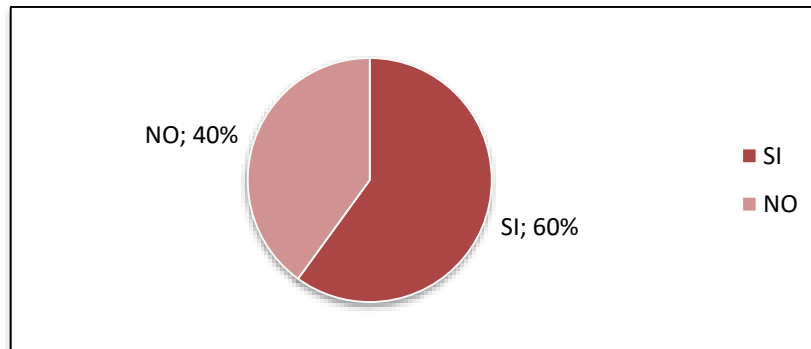
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	60%
NO	8	40%
TOTAL	20	100%

Fuente: Productores y Empresa Chocolate Carolina

Realizado por: Fernando Vásconez

Productores y empresa Chocolate Carolina

Ilustración 6: Pregunta 1



Fuente: Productores y Empresa Chocolate Carolina

Realizado por: Fernando Vásconez

a) Análisis:

El 60% de los encuestados, conoce la Empresa Chocolate Carolina y la actividad que a la que se dedican, mientras que el 40% restante respondió de manera negativa.

b) Interpretación:

Dadas estos resultados se puede determinar que a la Empresa Chocolate Carolina tiene aún la necesidad de difundir de mejor manera su publicidad como empresa mejorando y aplicando nuevas técnicas y estrategias

Pregunta Nº 2 ¿Actualmente se encuentra exportando su producto?

Tabla 8: Pregunta 2

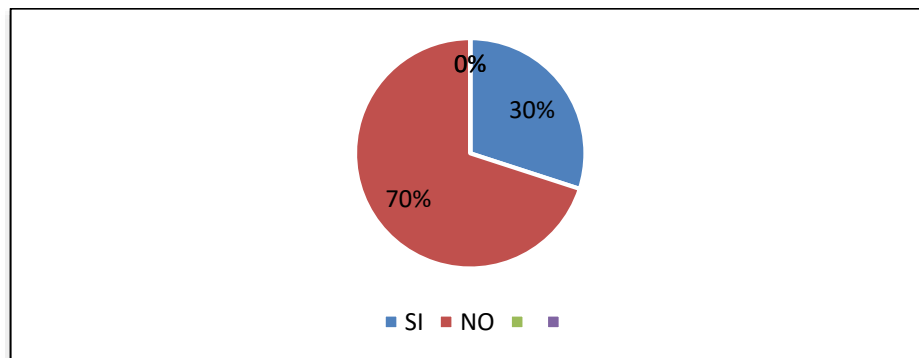
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	30%
NO	14	70%
TOTAL	20	100%

Fuente: Productores y Empresa Chocolate Carolina

Realizado por: Fernando Vásquez

Exportación del producto

Ilustración 7: Pregunta 2



Fuente: Productores y Empresa Chocolate Carolina

Realizado por: Fernando Vásquez

a) Análisis:

Los resultados obtenidos son que el 30% de los productores exportaban sus productos pero no a manera de producto terminado. El 70% respondieron que no se encontraba exportando su producto

b) Interpretación:

Los resultados obtenidos nos indican en cifras que estamos en el camino correcto al emplear un proyecto de exportación podrá realizar la exportación de su producto de manera directa ya que no cuenta con uno.

Pregunta № 3 ¿De la siguiente lista seleccione que clase de chocolate artesanal se produce en mayor cantidad?

Tabla 9: Pregunta 3

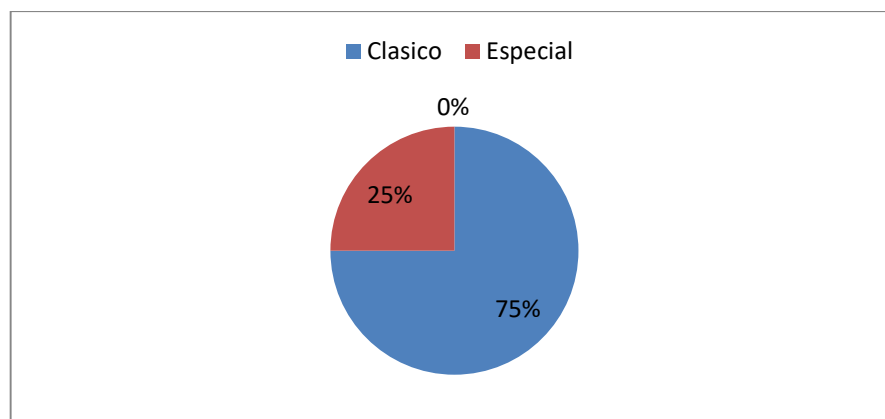
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Clásico	15	75%
Especial	5	25%
TOTAL	20	100%

Fuente: Productores y Empresa Chocolate Carolina

Realizado por: Fernando Vásconez

Elaboración de tipos de chocolate artesanal

Ilustración 8: Pregunta 3



Fuente: Productores y Empresa Chocolate Carolina

Realizado por: Fernando Vásconez

a) Análisis:

Los productores encuestados respondieron que el producto que producen a mayor escala con el 75% es el Chocolate clásico y el 25% del especial

b) Interpretación:

Con estas cifras respaldan nuestra investigación que el chocolate artesanal clásico es el de mayor producción.

Pregunta № 4 ¿Cómo califica el Chocolate artesanal que comercializa la Empresa Chocolate Carolina?

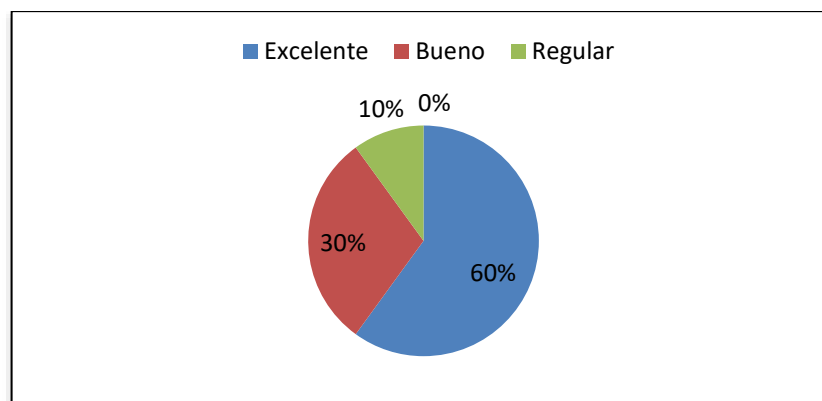
Tabla 10: Pregunta 4

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	12	60%
Bueno	6	30%
Regular	2	10%
TOTAL	20	100%

Fuente: Productores y Empresa Chocolate Carolina
Realizado por: Fernando Vásconez

Calificacion del chocolate artesanal de la empresa Chocolate Carolina

Ilustración 9: Pregunta 4



Fuente: Productores y Empresa Chocolate Carolina
Realizado por: Fernando Vásconez

a) Análisis

La encuesta realizada nos refleja que un 10% califica el Chocolate artesanal ambateño como regular, el 30% como bueno, con el 60% califican el producto como excelente.

b) Interpretación:

La calificación obtenida es el resultado de la actividad y los procesos que realiza Chocolate Carolina con responsabilidad, eso quiere decir a la vez si planteamos las estrategias propuestas estaremos ofreciendo un producto de calidad y saludable.

Pregunta N° 5 ¿Usted desea aportar con la Exportación de Chocolate artesanal de la empresa Chocolate Carolina?

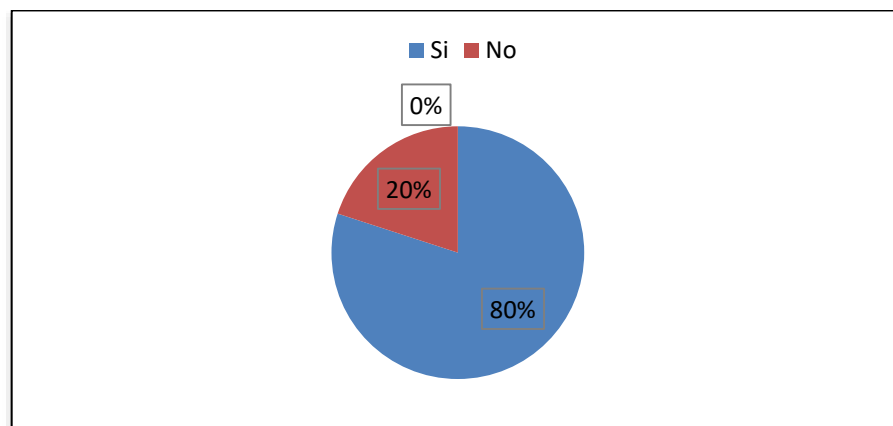
Tabla 11: Pregunta 5

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	16	80%
NO	4	20%
TOTAL	20	100%

Fuente: Productores y Empresa Chocolate Carolina
Realizado por: Fernando Vásconez

Aporte con la Exportación del chocolate artesanal ambateño

Ilustración 10: Pregunta 5



Fuente: Productores y Empresa Chocolate Carolina
Realizado por: Fernando Vásconez

a) Análisis:

El 20% dijo que no desea participar, porque algunos ya tienen determinado su producción para nuestro mercado interno, mientras que el 80% contestó de manera positiva

b) Interpretación:

Como empresa Chocolate Carolina se prepara para el futuro en caso de tener un gran crecimiento de demanda nacional o el mercado objetivo poder cubrir la demanda.

Pregunta Nº 6 ¿En qué tiempo obtiene la producción del Chocolate artesanal?

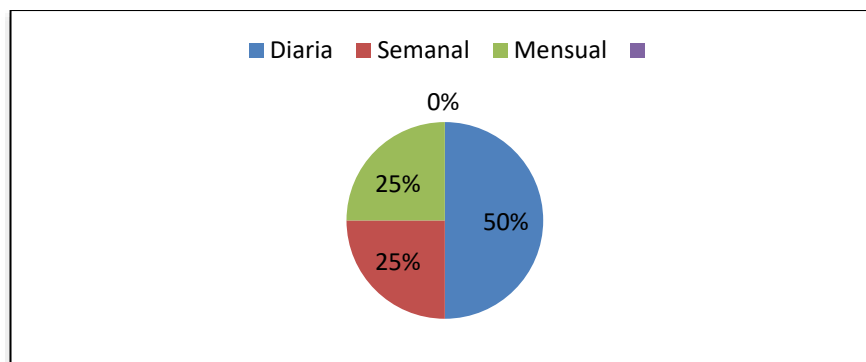
Tabla 12: Pregunta 6

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diaria	10	50%
Semanal	5	25%
Mensual	5	25%
TOTAL	20	100%

Fuente: Productores y Empresa Chocolate Carolina
Realizado por: Fernando Vásquez

Tiempo de elaboración del chocolate artesanal

Ilustración 11: Pregunta 6



Fuente: Productores y Empresa Chocolate Carolina
Realizado por: Fernando Vásquez

a) Análisis:

El tiempo de elaboraciones de chocolate artesanal según las encuestas arroja que la elaboración diaria el total del 50%, semanal y mensual con el 25%.

b) Interpretación:

El chocolate artesanal tiene como ventaja que su proceso de elaboración se la puede realizar diariamente ya que si cuenta con la materia prima necesaria estaría listo diariamente lo cual es beneficioso para nuestro proyecto porque no es un tiempo considerado largo y en ese periodo podríamos seguir realizando las estrategias planteadas.

Pregunta N° 7: ¿Cuántas quintales de cacao se provee para la elaboración diaria del chocolate artesanal?

Tabla 13: Pregunta7

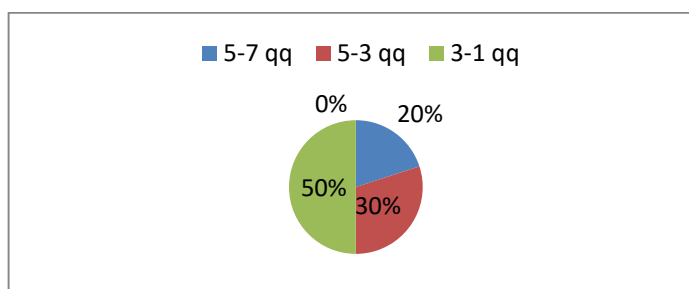
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5-7 qq	10	50%
5-3 qq	6	30%
3-1 qq	4	20%
TOTAL	20	100%

Fuente: Productores y Empresa Chocolate Carolina

Realizado por: Fernando Vásconez

Quintales de cacao para la elaboración del chocolate artesanal ambateño

Ilustración 12: Pregunta N 7



Fuente: Productores y Empresa Chocolate Carolina

Realizado por: Fernando Vásconez

a) Análisis:

El 20% de los productores considero que son necesarios de 1 a 3 quintales de cacao para la elaboración de chocolate artesanal, mientras que el 30% considero que de 3 a 5 quintales y, que la mayoría de los productores encuestados considero que de 5 a 7 quintales son necesarios para la elaboración del chocolate artesanal.

b) Interpretación:

Se puede decir que hay la cantidad de materia prima necesaria para la producción del chocolate artesanal ambateño.

Pregunta N° 8: ¿Piensa Ud. que la Empresa “Chocolate Carolina” tiene la capacidad para mantener comercialización con mercados extranjeros?

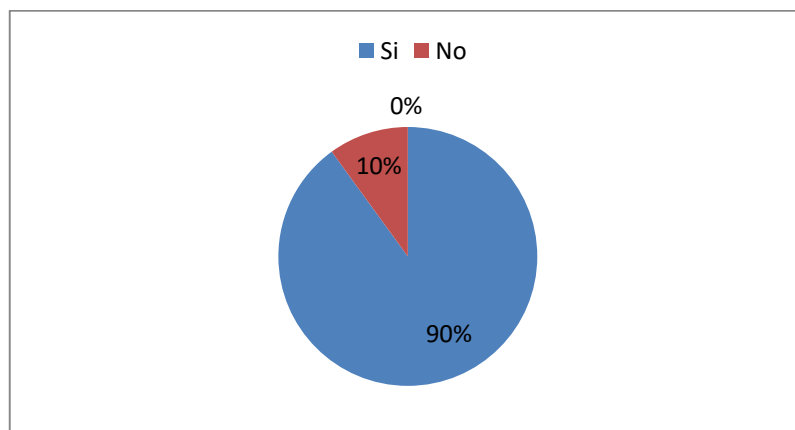
Tabla 14: Pregunta 8

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	90%
NO	2	10%
TOTAL	20	100%

Fuente: Productores y Empresa Chocolate Carolina
Realizado por: Fernando Vásquez

Capacidad para comercializar en mercados extranjeros

Ilustración 13: Pregunta 8



Fuente: Productores y Empresa Chocolate Carolina
Realizado por: Fernando Vásquez

a) Análisis:

El 10% contestó de una manera negativa, el 90% contestó de manera positiva que la empresa si está en la capacidad para poder enviar su producto a nivel internacional.

b) Interpretación:

La Empresa “Chocolate Carolina” está considerada como una empresa potencialmente exportadora de un producto de calidad.

3.5 RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

Como resultado de las entrevistas realizadas a los miembros de la Empresa Chocolate Carolina, así como a los productores artesanales de la parroquia Huachi Chico, se ha obtenido información primordial e indiscutible que es fundamental para el estudio de nuestra investigación.

3.6 VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER

La información recolectada en esta investigación, ha sido de suma importancia para tener claro puntos relevantes para nuestra investigación como es precio, oferta, calidad y capacidad de la empresa y su forma de producir. Esta información ayuda a dar viabilidad y respuesta a nuestra idea planteada mostrándonos que tiene la capacidad para realizar el proyecto de exportación de Chocolate artesanal, permitiendo que la Empresa “Chocolate Carolina” pueda establecerse en los mercados internacionales.

Prueba de ello están las encuestas realizadas a los productores de chocolate artesanal y miembros de la Empresa “Chocolate Carolina” los cuales han indicado que tiene un gran interés de innovar conocimientos para ser más competitivos percibiéndoselos entusiasmados de poder brindar a sus consumidores productos de calidad exportable y de manera sostenible y sustentable.

Este es un proyecto que beneficiara al aparato económica de la provincia de Tungurahua, en especial a los artesanos de la parroquia de Huchi Chico, generando más fuentes de empleo, permitiendo cambiar la calidad de vida de cada uno de ellos de manera económica y saludable y por ello tienen el deseo de poder implementar el proyecto de exportación de chocolate artesanal hacia mercados europeos.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 TÍTULO

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE CHOCOLATE ARTESANAL AMBATEÑO, POR LA EMPRESA PRODUCTORA “CHOCOLATE CAROLINA” DE LA PARROQUIA HUACHI CHICO, PROVINCIA DE TUNGUAHUA; HACIA LA CIUDAD DE BERLÍN-ALEMANIA, DURANTE EL PERIODO 2016.

4.2 CONTENIDO DE LA PROPUESTA

4.2.1 Mercado Objetivo

La Empresa Chocolate Carolina ha determinado su mercado objetivo para la exportación del chocolate artesanal ambateño hacia Alemania específicamente a la ciudad de Berlín, la misma que comprende los sectores Norte, Centro, Sur

4.2.2 Indicadores Socioeconómicos

La República Federal de Alemania, establecida en 1949, limita al norte con Dinamarca, el mar del Norte y el mar Báltico; al este con Polonia y la República Checa; al sur con Austria y Suiza; y al oeste con Francia, Luxemburgo, Bélgica y los Países Bajos es un país de Europa Central, miembro fundador de la Unión Europea y de organismos de alcance global como la Organización Mundial de Comercio. Su población es la segunda mayor de Europa, por el desarrollo de su economía, es considerada en términos generales como la cuarta potencia mundial y la primera de Europa. Su forma de gobierno, tal como su nombre lo indica, es una República Federal, actualmente presidida por Joachim Gauck, acompañado de la Canciller Ángela Merkel. Administrativamente, se divide en 16 estados, siendo la ciudad de Berlín la capital del país. Otras ciudades de relevancia son Hamburgo, Múnich, Frankfurt y Colonia.

Según el informe “Doing Business 2017”, elaborado por el Banco Mundial, que mide el grado de facilidad para los negocios existente en un país tomando en cuenta diversos

criterios como infraestructura disponible, trámites requeridos, impuestos a pagar, acceso a la energía, entre otros aspectos, Alemania se ubica en el puesto número 17 en comparación con un total de 190 países.

En cuanto a la competitividad internacional del país, de acuerdo al informe “The Global Competitiveness Report 2016-2017”, realizado por el Foro Económico Mundial, que toma en cuenta importantes elementos como la educación, el empleo, la infraestructura, la intermediación financiera y la corrupción, Alemania se posiciona como la quinta economía en un total de 138 economías.

Tabla 15: Indicadores socioeconómicos

Nombre Oficial:	República Federal de Alemania
Capital:	Berlín
Forma de gobierno:	República Parlamentaria Federal
Lenguaje oficial:	Alemán
Población:	82.175.700
Crecimiento poblacional	0.16% (2016)
Superficie:	357.022 Km
Moneda oficial:	Euro (EUR)
PIB:	USD 3.132,67 billones (2016)
PIB Per capital:	USD 48.200 (2016)
Tasa de cambio:	1.10 EUR=1 USD (2017)

Fuente: Destatis/ Oficina Federal de Estadísticas de Alemania

Realizado por: Fernando Vásconez

4.2.3 Ciudad de Berlín

La ciudad de Berlín cuenta con más de 3.460.725 millones de habitantes con un 48,9% hombres y un 51.1% mujeres y un índice de crecimiento poblacional de 1.77%. La población está compuesta por el 10% de extranjeros, y una superficie de 891 kilómetros cuadrados. La densidad poblacional es la mayor del país con un valor de 3.809 habitantes por kilómetro.

Berlín dispone de 175 museos, 140 teatros, 30 salas de cine, 4650 restaurantes, y 190 bares y discotecas.

La ciudad de Berlín a diferencia de otras muchas de Europa está muy viva y cuenta con numerosas fiestas, tanto de carácter institucional como popular. EL hecho de haber sido una ciudad dividida, una ciudad de conflicto y de frontera la ha hecho afortunadamente abierta a la diversidad y, muy receptiva con los emigrantes de todo el mundo.

4.2.4 Principales productos importados por Alemania

Alemania al igual que los demás miembros de la Unión Europea han visto un mercado atractivo en América Latina y el Caribe, es por eso que sus importaciones lo hacen desde dichos destinos, y también han firmado acuerdos comerciales, que han ayudado a dinamizar el comercio entre los dos continentes, ya que de igual manera el mercado europeo ha sido atractivo para Latinoamérica y Centro América, saliendo masi de su estado de confort y probando nuevos mercados.

Esto ha hecho que la competitividad aumente obligando a los productores del nuevo continente mejorar sus manufacturas, ya que el mercado europeo es uno de los más exigentes en cuanto a normas de calidad.

En el siguiente cuadro se refleja los productos que el país de Alemania más importa, y la evolución que ha tenido en tres años.

Ilustración 14: Productos importados por Alemania

IMPORTACIONES DE ALEMANIA DESDE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE POR PRODUCTO				
MILES USD				
SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015
0901.11	CAFÉ SIN TOSTAR, SIN DESCAFEINAR	1,705,469	1,987,689	1,751,190
2603.00	MINERALES DE COBRE Y SUS CONCENTRADOS	1,847,405	1,948,867	1,543,941
0803.90	BANANAS FRESCOS O SECOS	1,096,243	1,098,843	934,993
2601.11	MINERALES DE HIERRO Y SUS CONCENTRADOS SIN AGLOMERAR	2,210,645	1,792,361	929,097
4703.29	PASTA QUÍMICA DE MADERA SEMIBLANQUEADA O BLANQUEADA DISTINTA DE LA DE CONÍFERAS	827,937	771,578	861,526
1201.90	HABAS DE SOJA, INCLUSO QUEBRANTADAS (EXCLUYE LAS DE SIEMBRA PARA SIEMBRA)	919,752	1,204,164	852,047
2304.00	TORTAS Y DEMÁS RESIDUOS SÓLIDOS DE LA EXTRACCIÓN DEL ACEITE DE SOYA, INCLUSO MOLIDO O EN PELLETS	1,157,409	1,080,331	832,399
2601.12	MINERALES DE HIERRO Y SUS CONCENTRADOS AGLOMERADOS	814,280	787,568	580,008
8703.22	VEHÍCULO AUTÓMOVIL TRANSPORTE PERSONAS DE CILINDRADA SUPERIOR A 1,000 CM ³ PERO INFERIOR O IGUAL A 1,500 CM ³	724,939	469,491	517,772
7403.11	CÁTODOS Y SECCIONES DE CÁTODOS, DE COBRE REFINADO	846,366	789,512	496,294
OTRAS SUBPARTIDAS		16,888,284	16,056,300	14,040,068
TOTAL		29,038,729	27,986,704	23,339,335

Fuente: Centro de Comercio Internacional

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones

4.2.5 Principales productos Exportador por Ecuador a Alemania

Los negocios comerciales entre Ecuador y Alemania han tenido un incremento significativo en los últimos doce años, tanto así que sus balanza comercial entre los dos países ha llegado a superar los USD 1.000 millones convirtiéndolo así en uno de los socios comerciales más importantes para Ecuador.

También se destaca la excelente calidad de los productos ecuatorianos. Ya que no sólo somos los más grandes exportadores de banano del mundo, sino que además exportamos el mejor banano del mundo. Ecuador cuenta con el mejor café, el mejor cacao fino de aroma, el mejor brócoli, el mejor camarón y las flores catalogadas como las mejores del mundo y muy cotizadas en los mercados internacionales.

Ilustración 15: Productos exportados hacia Alemania

EXPORTACIONES DESDE ECUADOR HACIA ALEMANIA					
MILES USD FOB					
SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN	2015	2016	2017 ENE - MAR	PARTIC. 2016
0803.90.11.00	BANANAS FRESCAS TIPO «CAVENDISH VALERY»	323,841	324,730	73,553	61.19%
2101.11.00.00	EXTRACTOS, ESENCIAS Y CONCENTRADOS DE CAFÉ	54,582	43,651	13,722	8.23%
1801.00.19.00	CACAO EN GRANO CRUDO, LOS DEMÁS EXCEPTO PARA SIEMBRA	23,904	37,772	6,338	7.12%
1604.14.10.00	ATUNES EN CONSERVA	38,858	26,320	4,848	4.96%
0306.17.99.00	LOS DEMÁS CAMARONES, LANGOSTINOS Y DEMÁS DECÁPODOS CONGELADOS NO CONTEMPLADOS EN OTRA PARTE	8,244	14,826	3,667	2.79%
0603.11.00.00	ROSAS FRESCAS CORTADAS	11,987	9,207	2,932	1.74%
4407.22.00.00	MADERAS ASERRADAS O DESBASTADAS LONGITUDINALMENTE DE TROPICALES VIOLA, IMBUIA Y Balsa	9,578	7,103	1,559	1.34%
1804.00.12.00	MANTECA DE CACAO CON UN ÍNDICE DE ACIDEZ EXPRESADO EN ÁCIDO OLEICO ENTRE 1% Y 1.65%	645	6,751	899	1.27%
0710.80.90.00	LAS DEMÁS HORTALIZAS, AUNQUE ESTÉN COCIDAS EN AGUA O VAPOR, CONGELADAS, EXCEPTO ESPÁRRAGOS	9,819	10,307	2,582	1.94%
1604.14.20.00	ATUNES (LISTADOS Y BONITOS)	-	9,140	2,595	1.72%
OTRAS SUBPARTIDAS		67,458	40,844	9,877	7.70%
TOTAL		548,917	530,652	122,572	100%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones

4.2.6 Productos potenciales para el mercado alemán

En el siguiente cuadro podremos observar los productos con gran potencial exportable al mercado alemán, los cuales son productos con valor agregado, dando muestra que Ecuador está evolucionando su producción y vendiendo productos terminados, lo que significa que el aparato productor del país está cambiando y colocándose en una clara industrialización.

Ilustración 16: Potenciales producto demandados por Alemania

PRODUCTOS ECUATORIANOS POTENCIALES PARA EL MERCADO DE ALEMANIA		
SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN	VALORACIÓN
0803.90	BANANAS FRESCAS O SECAS	ESTRELLA
2101.11	EXTRACTOS, ESENCIAS Y CONCENTRADOS DE CAFÉ	ESTRELLA
1604.14	PREPARACIONES Y CONSERVAS DE ATÚN, DE LISTADO Y DE BONITO "SARDA SPP.", ENTEROS O EN TROZOS	ESTRELLA
1801.00	CACAO EN GRANO, ENTERO O PARTIDO, CRUDO O TOSTADO	ESTRELLA
0710.80	HORTALIZAS, INCL. "SILVESTRES", AUNQUE ESTÉN COCIDAS EN AGUA O VAPOR, CONGELADAS	ESTRELLA
2401.20	TABACO, TOTAL O PARCIALMENTE DESVENADO O DESNERVADO PERO SIN ELABORAR DE OTRO MODO	ESTRELLA
4407.22	VIOLA, IMBUÍA Y BALSA, CORTADAS O DESENNROLLADAS	ESTRELLA
4421.90	MANUFACTURAS DE MADERA, N.C.O.P.	ESTRELLA
0804.30	PIÑAS "ANANÁS", FRESCAS O SECAS	ESTRELLA
2008.99	FRUTAS Y DEMÁS PARTES COMESTIBLES DE PLANTAS, PREPARADOS O CONSERVADOS	ESTRELLA
0807.20	PAPAYAS, FRESCAS	ESTRELLA
7404.00	DESPERDICIOS Y DESECHOS, DE COBRE	ESTRELLA
1605.21	CAMARONES Y LANGOSTINOS, PREPARADOS O CONSERVADOS	ESTRELLA
1803.10	PASTA DE CACAO, SIN DESGRASAR	ESTRELLA
1513.21	ACEITES DE ALMENDRA DE PALMA O BABASÚ, EN BRUTO	ESTRELLA
0304.87	FILETES CONGELADOS DE ATÚN "DEL GÉNERO THUNNUS", LISTADOS O BONITOS DE VIENTRE RAYADO "EUTHYNNUS	ESTRELLA
0811.90	FRUTOS COMESTIBLES, SIN COCER O COCIDOS EN AGUA O VAPOR, CONGELADOS, INCL. CON ADICIÓN DE AZÚCAR	ESTRELLA

Fuente: Centro de Comercio Internacional

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones

4.2.7 Relaciones comerciales Ecuador-Alemania

Ecuador y Alemania cumplen más de 125 años de relaciones bilaterales. Hasta la actualidad, existe un positivo diálogo político entre los dos Gobiernos que se refleja en el intercambio comercial y en los acuerdos de cooperación que han firmado ambos países; además que en los últimos cuatro años ha habido visitas al Ecuador de seis delegaciones parlamentarias a Alemania.

Alemania al formar parte de la Unión Europea ha firmado un importante acuerdo comercial de libre comercio entre Ecuador y la UE, que se ha venido negociando por casi más de cuatro años.

El 11 de noviembre del 2016, Ecuador y la Unión Europea (UE) firmaron su acuerdo comercial multipartes. El mecanismo comercial, que permitirá el acceso de la oferta nacional exportable sin aranceles y el acceso a un mercado de 614 millones de personas, que entro en vigencia el 1 de enero del 2017. Por parte de Ecuador suscribió el vicepresidente Jorge Glas; por la UE la Comisaria de Comercio Exterior, Cecilia Malmstrom; por Perú la embajadora ante la UE Cristina Ronquillo y por Colombia el embajador ante la UE, José Rivera. El ingreso al mecanismo permitirá desarrollar aún más el cambio de matriz productiva y el crecimiento nacional, al que se sumará un importante mejoramiento nacional que ha tenido el país en la parte hidroeléctrica, de telecomunicaciones, vial, educación entre otras.

Este acuerdo fortalecerá la producción ecuatoriana, y buscara nuevos mercados para los productos nacionales que ahora entrara a la Unión Europea con cero aranceles.

Como parte de la Unión Aduanera y acuerdo de Integración Económica de la Unión Europea, Alemania forma parte de los siguientes acuerdos comerciales:

- ✓ Acuerdo de Estabilización y Asociación entre la UE y la República de Albania.
- ✓ Acuerdo de Estabilización y Asociación entre la UE y Argelia.
- ✓ Acuerdo Aduanero entre la UE y Andorra.
- ✓ Acuerdo de Asociación con un fuerte componente de comercio entre la UE y América Central (Costa Rica, Honduras, Nicaragua, Panamá)
- ✓ Acuerdo de Asociación entre UE y Egipto.
- ✓ Acuerdo Bilateral entre la UE y Egipto.
- ✓ Acuerdo Bilateral entre la UE y Las Islas Feroe.
- ✓ Acuerdo entre la UE y la República de Islandia.
- ✓ Acuerdo de Asociación entre la UE e Israel.
- ✓ Acuerdo de Asociación entre la UE y Jordania.
- ✓ Acuerdo de Asociación entre la UE y Líbano.
- ✓ Acuerdo entre la UE y el Principado de Lichtenstein.

- ✓ Acuerdo de Estabilización y Asociación entre la UE y la antigua República Yugoslava.
- ✓ Acuerdo de Libre Comercio entre la UE y México.
- ✓ Acuerdo de Estabilización y Asociación entre la UE y la República de Montenegro.
- ✓ Acuerdo de Asociación entre la UE y Marruecos.
- ✓ Acuerdo entre la UE y el Reino de Noruega.
- ✓ Acuerdo de Estabilización y Asociación entre la UE y la Autoridad de Palestina.
- ✓ Acuerdo de Libre Comercio entre la UE y la Comunidad Andina (Perú, Colombia y Ecuador).

4.3 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

4.3.1 Geográfico

El mercado objetivo será la ciudad de Berlín, la misma que comprende los sectores Norte, Centro, Sur.

Ilustración 17: Mapa político Alemania



Fuente: Google Earth

Realizado por: Fernando Vásconez

4.3.2 Demográficas

El producto estará dirigido a la población de Berlín en general, pero principalmente a las personas que se encuentran entre los 6 a 60 años de edad, ya que poseen características beneficiosas para la salud y la nutrición y crecimiento de acuerdo a la investigación realizada, las personas que se encuentran en este rango de edad, ayudara mucho en su desarrollo y representan el mayor porcentaje la población

4.3.3 Socioeconómico

Tabla 16: Segmentación de mercado

Edad	6 a 60 años
Sexo	Masculino, femenino
Religión	Católicos, protestantes en su mayoría
Raza	Todas
Motivo de compra	Necesidad, gusto
Nivel económico	Bajo, medio, alto
Nivel de instrucción	Primaria, secundaria, universidad
Tipo de población	Urbana, rural

Realizado por: Fernando Vásconez

Año: 2017

4.4 ACCESO AL MERCADO

4.4.1 Requisitos generales de acceso al mercado

Los requisitos generales de acceso al mercado alemán están condicionados básicamente por su pertenencia a la Unión Europea (Integración en un mercado comunitario y aplicación de la política comercial frente a terceros países). Sin embargo, la Ley de Economía Exterior complementa, frente a terceros países, la Política Comercial Común.

Las importaciones de mercancías procedentes de terceros países a la UE son permitidas generalmente sin restricciones. Sin embargo, existen restricciones para ciertos productos, de acuerdo al tipo y origen del mismo, debido a las regulaciones y acuerdos internacionales, a la normativa comunitaria y a los reglamentos nacionales. Cabe

mencionarse que los instrumentos típicos de la restricción son los requisitos de autorización, procedimientos de vigilancia, y la presentación de documentos especiales. Una vez que los productos han cumplido con las provisiones de la autoridad competente, son considerados de libre circulación dentro de la UE y no están sujetos a restricción alguna.

En Alemania el proceso de importación se rige por las normas nacionales de la Ley Nacional de Comercio Exterior (AWG en sus siglas en alemán) y el Reglamento de Comercio Exterior (AWV en sus siglas en alemán). La Ley Nacional de Comercio Exterior complementa además la normativa sobre procedimientos de importación de la UE y las medidas de política comercial que han sido adoptadas en el marco de la política comercial común de la UE para la importación de mercancías

Alemania así como el resto de la Unión Europea, aplica el arancel aduanero común e integrado, la correspondiente nomenclatura (TARIC), y los acuerdos de comercio preferencial.

Las aduanas de Alemania también aplican tratos preferenciales a los productos de acuerdo al uso que se les destina, las preferencias se concretan normalmente en la exención del pago de aranceles. Los principales regímenes aduaneros son:

- ✓ Depósito aduanero, mercancías que se considera que no han sido importadas mientras permanecen en el depósito.
- ✓ Perfeccionamiento activo; mercancías que son importadas para ser procesadas o modificadas y posteriormente reexportadas.
- ✓ Importación temporal: mercancías, que son importadas por un corto período de tiempo y posteriormente reexportadas.
- ✓ Suspensión arancelaria: medida que permite la exención del pago de aranceles de inputs importados cuando no existe producción comunitaria.
- ✓ Exención arancelaria: aplicable a materiales educativos y científicos o a objetos personales y domésticos relacionados con una mudanza.

4.4.2 Documentos de importación

El documento común para efectuar la declaración de importación en los países miembros de la UE, es el Documento Único Administrativo (DUA), establecido en el Código Aduanero Comunitario. La declaración debe presentarse en la lengua oficial de Alemania o en inglés ante las autoridades aduaneras del Estado.

Este documento se lo debe presentar a través de un sistema automático conectado a la aduana o en las oficinas aduaneras designadas. Actualmente en Alemania el Registro Aduanero se realiza a través del sistema informático ATLAS, en sus siglas en alemán (Sistema Automático de Tarifas y Procesos Aduaneros), bajo el portal www.internetzollanmeldung.de

El Registro Aduanero (ZOLLANMELDUNG), al igual que el DUA refleja fundamentalmente los siguientes datos: exportador, importador, agente de aduanas, descripción de la mercancía, partida arancelaria TARIC, número de bultos y pesos, precio de la mercancía y condiciones de entrega (INCOTERMS), destino aduanero (despacho a libre práctica, despacho a consumo, importación temporal, tránsito, etc.) y otros datos del medio de transporte.

Una vez que el Ecuador se ha adherido al Acuerdo Multipartes con la Unión Europea para poder beneficiarse de los tipos de derecho preferenciales en la frontera de la UE, los productos orgánicos de Ecuador deben ir acompañados de:

- ✓ Un certificado de circulación (EURO 1); este documento es expedido por la autoridades competentes del país exportador, y que sirve para verificar el origen de los productos y así poder tener la preferencias arancelarias.
- ✓ Declaración en factura; esta declaración debe ser expedido por cualquier exportador para envíos de valor igual o inferior €600 euros o para exportadores autorizados para envíos de cualquier valor.
- ✓ Certificado de inspección sanitaria, veterinaria y fitosanitaria.
- ✓ Documento de vigilancia de la Comunidad Europea.
- ✓ Certificado CITES (Comercio Internacional de Especies amenazadas de Fauna y Flora Silvestre)

- ✓ Documentos que justifiquen la solicitud de inclusión en un contingente arancelario
- ✓ Documentos requeridos a efectos de los impuestos especiales
- ✓ Documentos que justifiquen una solicitud de extensión del IVA
- ✓ Etiquetado de productos alimenticios
- ✓ Voluntario – productos de producción ecológica

4.4.3 Productos de prohibida importación

La administración de aduanas de cada país miembro de la UE está encargada del control en la restricción y prohibición de determinados productos o de aquellos que sólo se importan bajo ciertas condiciones, y que atentan principalmente con la protección de la población, ambiente, seguridad interna, fauna y flora.

Se aplican en los siguientes productos:

- ✓ Armas de fuego y municiones
- ✓ Fuegos artificiales
- ✓ Literatura de contenido constitucional
- ✓ Pornografía
- ✓ Especies amenazadas de Fauna y Flora Silvestres, regula el comercio de animales y plantas salvajes con la finalidad de salvaguardar ciertas especies en peligro de extinción.
- ✓ Alimentos
- ✓ Estupefacientes
- ✓ Medicamentos
- ✓ Perros peligrosos, mascotas o productos hechos de animales
- ✓ Especies en peligro de extinción (pieles de animales)
- ✓ Productos falsificados o piratería

4.4.4 Aranceles

Alemania aplica las políticas arancelarias de la Unión Europea por ser un país miembro, los requisitos arancelarios de los bienes y servicios que se comercializan en Alemania son impuestos por la máxima autoridad, responsabilidad que recae sobre el Ministro de

Finanzas, quien a través de las oficinas de aduanas ubicadas en todo el territorio alemán son las encargadas de hacer cumplir la legislación en las fronteras.

Desde el mes de enero del presente año el Ecuador se adhirió al el Acuerdo Comercial entre la UE, Colombia y Perú. Por este motivo durante el transcurso de su aplicación, el Acuerdo Comercial liberará plenamente a los exportadores ecuatorianos de pagar derechos de aduana en la Unión Europea, para aprovechar al máximo las oportunidades y la complementariedad entre las respectivas economías.

4.4.5 Requisitos sanitarios/fitosanitarios

Con el fin de proteger la seguridad alimentaria así como la de la salud de los habitantes de la Unión Europea, sus autoridades exigen ciertos reglamentos para los productos importados, es por eso que sin estas normas no se puede comercializar ningún alimento que no sea seguro para la salud o no apto para el consumo, y se debe tomar en cuenta los siguientes factores:

- ✓ Principios y requisitos generales de la legislación alimentaria
- ✓ Los importadores de productos alimentarios deberán identificar y registrar al proveedor del país de origen
- ✓ Normas generales relativas a la higiene de los productos alimentarios
- ✓ Normas sobre residuos, plaguicidas, medicamentos y contaminantes de y en los alimentos
- ✓ Normas generales de alimentos modificados genéticamente, bioproteínas y nuevos alimentos
- ✓ Normas especiales sobre determinadas categorías de productos alimenticios por ejemplo (aguas minerales cacao o ultracongelados) y alimentos destinados a poblaciones específicas por ejemplo (lactantes y niños de corta edad)
- ✓ Requisitos concretos de comercialización y etiquetado

Si quiere exportar vegetales o productos vegetales (incluidas frutas, verduras y productos de madera) a la UE, tendrá que asegurarse de que sus productos cumplen la normativa de la UE relativa a la fitosanidad, también incluyen medidas de protección

contra plagas y residuos de plaguicidas, y la comercialización de semillas y material de propagación para la agricultura, la horticultura y la silvicultura.

4.4.6 Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado

Para poder comercializar un producto dentro de la Unión Europea es necesario saber las principales regulaciones que el mercado exige para proteger los productos, así como para proteger los derechos de los consumidores, las mercancías importadas en la UE deben cumplir con los requisitos específicos. Los principales requisitos se refieren a seguridad de los productos, normalización técnica, envasado y etiquetado.

Los envasados y etiquetados deben cumplir con las siguientes reglas:

- ✓ Normas generales sobre envases y sus residuos.
- ✓ Tamaño de los envases.
- ✓ Disposición especial sobre los materiales y objetos que entran en contacto con los alimentos.

4.4.7 Licencia de Importador y autorización previa

Un requisito previo a cumplir por la legislación aduanera de Alemania, es obtener un número de aduanas el cual consta de 7 dígitos y va precedido de la abreviatura “DE”, (por ejemplo, DE1234567) la guía Master de embarque con sus respectivas guías. Las entidades que conceden las licencias de importación son la Oficina Federal de Economía y Control de las Exportaciones.

4.4.8 Certificaciones Internacionales

Las certificaciones son el sistema establecido para identificar un producto con ciertas características específicas. Existen un sin número de agencias gubernamentales, internacionales y empresariales (algunas claramente transnacionales) dedicadas a certificar las prácticas y procesos de producción se ajusten a los estándares particulares propios de cada una de ellas

Las certificaciones obligatorias: verifica que el producto cumple con las normas necesarias para que este pueda salir del país o ingresar a un nuevo mercado con sus propias regulaciones.

Las certificaciones internacionales son una alternativa cada día más utilizada por las empresas, con la finalidad de mejorar la productividad, conquistar mercados y generar confianza entre los clientes.

4.5 PROCESOS DE EXPORTACIÓN

4.5.1 Logística de Exportación

Entre las actividades que se realizará una vez que se tenga preparado el producto, están:

- ✓ Distinguir el Incoterm más adecuado en beneficio propio.
- ✓ Distinguir el medio de transporte más provechoso para el producto en bien de la empresa.
- ✓ Proceso de embalaje, empaque y etiquetado del producto.
- ✓ Preparación de documentos
- ✓ Estar en conocimientos de los certificados más requeridos que exige el mercado europeo para garantizar la calidad en el producto.
- ✓ Adoptar la forma de pago más adecuado.
- ✓ Contratar el transporte interno si es necesario.
- ✓ Contratar un seguro de mercancías como prevención de daños o robos.
- ✓ Estar dispuesto a un control aduanero.
- ✓ Fase de ingreso al puerto y manejo de terminal a través de un agente aduanero.

Estas son las actividades de las que un exportador debe estar al tanto al momento de realizar una exportación hacia un mercado extranjero.

4.5.2 Exigencias en aduanas para exportar

Para que la Empresa Chocolate Carolina de inicio a cualquier proceso de exportación, se debe considerar las exigencias que la SENA solicita:

- ✓ Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI). Bajo este número se registra información relativa al contribuyente, entre la que se destaca:
- ✓ Identificación
- ✓ Características fundamentales
- ✓ Dirección y ubicación de los establecimientos donde realiza su actividad Tipo de Identificación
- ✓ Apellidos y Nombres
- ✓ Dirección
- ✓ Teléfonos
- ✓ Correo Electrónico

Si es persona jurídica:

- ✓ Tipo de Identificación
- ✓ Razón Social de la Compañía
- ✓ Apellidos y Nombres del Representante Legal
- ✓ Dirección
- ✓ Descripción de las actividades económicas que lleva a cabo y obligaciones tributarias que se derivan de aquellas.
- ✓ Registrarse en la Página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE). En el formulario se registran datos generales del exportador, ya sea persona natural o jurídica,
- ✓ Si es persona natural: Teléfonos; Correo Electrónico

Teniendo en cuenta que los ecuatorianos o extranjeros domiciliados en el país pueden ser exportadores, sean personas naturales o jurídicas, lo importante es que se considere a la exportación como una salida de productos o servicios ecuatorianos de calidad.

4.5.3 Trámites de exportación (ECUAPASS)

En la actualidad el desarrollo de la informática ha ido evolucionando a fin de brindar mayores beneficios, es así que no hace mucho el sistema ECUAPASS permite integrar todas las operaciones en una sola base informática, firma electrónica y gestionar

trámites aduaneros en cualquier momento y en cualquier lugar esto con el fin de mantener siempre procedimientos actualizados y facilitando los tramites dentro del registro de usuarios que proporciona el sistema informático ECUAPASS.

Para ser parte del servicio que brinda el sistema de ECUAPASS es necesario registrarse en el Sistema ECUAPASS, para lo cual debe cumplir:

Paso 1

Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

- ✓ Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>
- ✓ Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

Paso 2

Registrarse en el portal de ECUAPASS:(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)

Aquí se podrá:

- ✓ Actualizar base de datos
- ✓ Crear usuario y contraseña
- ✓ Aceptar las políticas de uso y,
- ✓ Registrar la firma electrónica

Es necesario especificar que la mayoría de las empresas o agencias grandes tienen como intermediarios consolidadoras que les ayudan con los procesos de handling o procesos aduaneros como el caso de la empresa Chocolate Carolina que recién está iniciando sus actividades en el comercio exterior lo que quiere a la vez decir que si puede manejar sus primeros envíos sin la necesidad de una consolidadora cuenta con personas que conocen el proceso en la aduana y en el sistema ECUAPASS, por lo cual se manejara con ese personal en sus primeras exportaciones. Estimamos que en años posteriores por la cantidad que aumentaremos en nuestras exportaciones contrataríamos una consolidadora DHL .

4.5.4 Clasificación arancelaria

La estructura arancelaria utilizada en Ecuador es la NANDINA, constituye la Nomenclatura Común de los Países Miembros de la Comunidad Andina (Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú). El cacao y sus preparaciones se ubican en el Capítulo 18 del Arancel. A continuación se presenta una Tabla con las sub partidas arancelarias del este sector.

Tabla 17: Partida arancelaria

Partida	18.03	Pasta de cacao incluso desgrasada
Sub partida	1806.90.00.00	Sin desgrasar

Fuente: Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador

Realizado por: Fernando Vásconez

4.5.5 Termino sugerido CIF (Cost, Insurance and Freight)

Entre los Incoterms analizados, se ha escogido Cost, Insurance and Freight, por ser el que mejor se adapta a las características del producto que vamos a transportar. El mismo permitirá conocer cuáles son las formas de pago de alguno de los servicios adquiridos, tales como: el precio del transporte principal a pagar. Al ser uno de los más utilizados y viendo que el proceso de exportación de este tipo de mercancías requiere de una buena manipulación, se ha visto que CIF permitirá que la exportación del producto sea con mayor rapidez, menor coste y dominante control del riesgo de la operación, siendo una buena opción para realizar ventas con una gestión más sencilla y económica normalizando los trámites para la exportación del producto hasta que la mercadería este segura.

4.5.6 Forma de pago

Para el pago se ha decidido emplear el creditivo puesto que es la que mejor se ajusta a las peticiones solicitadas por la Empresa “Chocolate Carolina” debido a que entidades bancarias se comprometen con la operación, y la carta de crédito se transforma en una Orden de Pago y esta forma de pago es la más apropiada para incorporarla como

instrumento de cobro del chocolate artesanal enviado hacia el mercado de Alemania – Berlín.

La Empresa debe firmar preventivamente un contrato de compraventa en donde se acuerde las condiciones a estipular en el crédito documentario, donde solo intervendrán dos bancos: banco del país desde el cual se hace la exportación y el banco del país destino, ahí se detalla lo siguiente:

- ✓ Clase, tipo y monto de la operación.
- ✓ Plazo para embarcar.
- ✓ Plazo para presentar en el banco comercial los documentos exigidos en el CD, Plazo de pago.
- ✓ Otros documentos como: Certificado de Origen, certificado fitosanitario, certificado de calidad, lista de embarque, nota de gastos, visaciones consulares cuando corresponda y cualquier otra documentación dependiendo de la carga, del medio de transporte y del país de destino.
- ✓ Puerto de embarque y puerto de destino.
- ✓ Descripción de las mercaderías y exigencias del seguro.
- ✓ Términos de entrega de las mercancías que en este caso será bajo el término CIF.

4.5.7 Empaque

Se lo define como cualquier material que protege un producto con el fin de preservarlo y facilitar su entrega al consumidor.

Un empaque debe cumplir con las siguientes características:

- ✓ El material de empaque no debe afectar las características del producto, ni causar ningún tipo de daño al consumidor
- ✓ Deben ser resistentes para precautelar al producto de posibles daños al momento de su transporte, almacenamiento, apilamiento, etc.
- ✓ Fácil de armar, sellar, abrir y con una buena ventilación para evitar la acumulación de calor
- ✓ Debe ser económico con respecto al precio del producto.

El empaque utilizado por la empresa Chocolate Carolina en fundas de plástico selladas completamente al vacío y con toda la información correspondiente.

Ilustración 18: Envoltura del producto



Realizado por: Fernando Vásconez

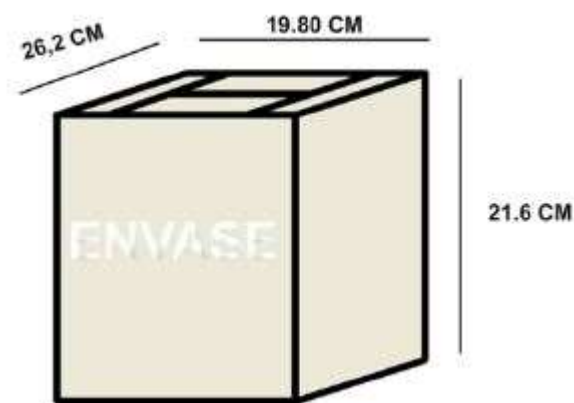
4.5.8 Embalaje

Son todos los materiales, procedimientos y métodos que sirven para acondicionar, presentar, manipular, almacenar, conservar y transportar una mercadería.

En este punto de la selección del embalaje es importante usar las instrucciones que da el comprador ya que él conoce acerca de los requerimientos que se necesitan para ingresar al país de destino, o la mejor manera de embarcar el producto para sus fines convenientes en destino. Por ejemplo el comprador puede pedir embalar únicamente una clase de producto por contenedor, pedir embalajes en contra del agua por condiciones climáticas, etc.

Finalmente el producto embalado es colocado en pallets los cuales son unidades de carga de madera, metal, aluminio, plástico que facilitaran las operaciones de manipulación, y el desembarque de el producto en origen por medio de carretillas, elevadoras, o transpalets.

Ilustración 19: Caja para el transporte



Realizado por: Fernando Vásquez

Las cajas que se utilizaran para el embarque almacenaran 24 unidades. En el cartón se deberá detallar el nombre de la empresa exportadora y los datos del producto, con un registro fitosanitario, muy necesario, el cual se lo solicita al FDA que se lo puede obtener llenando formularios para productos procesados, además de algunos datos como el país originario y un logotipo con diseño llamativo.

4.5.9 Contrato de seguro

- ✓ **Póliza individual:** cubre una única exportación; no trasciende a futuras transacciones.
- ✓ **Póliza flotante:** cubre cierto número de exportaciones; se contrata cuando se mantiene un ritmo constante y uniforme de transacciones de comercio internacional.

La Empresa “Chocolate Carolina ” ha decidido optar por la póliza flotante ya que esta resguarda cierto número de envíos, en vista de que este sistema proporciona; SERWISEGUROS será la empresa contratada para realizar el traslado de la mercadería de las instalaciones de la empresa hacia el puerto de Guayaquil, hay que tomar en cuenta que algunos daños no son cubiertos por las aseguradoras como el caso de los desgastes, los derrames, las demoras en el mercado destino, las guerras o riesgos similares, las huelgas, los motines y los actos terroristas, entre otros.

4.5.10 Servicio de transporte terrestre

El transporte terrestre garantiza así la seguridad en la entrega de la mercancía, es por eso que la empresa será la encargada de transportar la mercadería desde Ambato hasta el puerto marítimo de Guayaquil. Evitándose así un gasto de transporte. Ya que la empresa cuenta con un medio de transporte adecuado.

4.5.11 Contenedor

El contenedor que utilizaremos para nuestra exportación será el Contenedor Aislante CONAIR de 20 pies debido a que las mercancías deben tener una temperatura constante, como es el caso de nuestro producto. Su funcionamiento se basa en que está hecho de materiales que aíslan el calor y el frío.

Ilustración 20: Contenedor

Dimensiones		Largo	5,444 mm	Ancho	2,300 mm	Alto	2,250 mm
Apertura puerta				Ancho	2,300 mm	Alto	2,215 mm
Tara	2,780 kg			Capacidad	29.8 m3		
Peso bruto máximo de carga	24,220 kg						

Fuente: Marmedsa

Realizado por: Fernando Vásquez

Tabla 18: Capacidad máxima del contenedor

CONTENEDOR	CONTENIDO	PESO
Pallet	80 cajas (c/u 10 kg)	800 kg
Container 20 pies	25 pallet	20000 kg

Realizado por: Fernando Vásquez

4.6 CONSUMO APARENTE

4.6.1 Cálculo del consumo aparente

Para realizar el cálculo del consumo aparente nos basaremos en datos estadísticos previamente investigados, como son:

- ✓ Consumo Nacional Aparente
- ✓ Consumo promedio
- ✓ Demanda de la población objetivo
- ✓ Forma de consumo del producto
- ✓ Demanda potencial.
- ✓ Demanda insatisfecha.

4.6.2 Consumo nacional aparente

Para poder calcular el consumo nacional aparente debemos saber el volumen de importaciones, exportaciones y producción nacional.

Según investigación de campo se sabe que el país no tiene cuantificación debido a que este producto no es de este país, al igual que la producción nacional, pero se tiene conocimiento de las importaciones.

Según datos de la ICCO (International Cocoa Organization) del total de importaciones se estima que el 13% pertenece al chocolate para consumo en taza.

Tabla 19: Importaciones de chocolate para taza

Años	Importaciones en Kg	% Forma de Consumo
2014	110.628,80	14.381,74
2015	115.785,70	15.052,14
2016	121197,40	15.755,66

Fuente: ICCO

Realizado por: Fernando Vásconez

Para la proyección se realizara mediante la técnica de mínimos cuadrados detallado en el siguiente cuadro:

Tabla 20: Sumatoria de Variables

Años	X	Y (variable)	X*Y	X^2
2014	1	14.381,74	14.381,74	1
2015	2	15.052,14	30.104,28	4
2016	3	15.755,66	47.266,98	9
TOTAL	$\Sigma X = 6$	$\Sigma Y = 45.189,54$	$\Sigma X*Y = 91.753$	$\Sigma X^2 = 14$

Realizado por: Fernando Vásconez

Número de años = 3

Media de X = 2

Media de Y = 15.063,18

Cuadrado de media de X=4

Aplicando la formula de cuadrados mínimos:

$$Y = a + bx$$

Donde:

$$b = \frac{\Sigma(XY) - n(\bar{X})(\bar{Y})}{\Sigma(X^2) - n(\bar{X})^2}$$

$$a = Y - (b)(x)$$

$$a = 15.063,18 - 686,9(2)$$

$$b = \frac{91.753 - 3(2)(15.063,18)}{14 - 3(4)}$$

$$b = 686,96$$

$$a = 13.689,76$$

$$Y = a + b(x) \quad x = \text{número de años}$$

$$Y = 13.689,76 + 686,96(4)$$

$$Y = 16.317,60$$

Aplicación de la fórmula de Consumo Nacional Aparente (CNA):

$$CNA = P + M - X$$

P = Producción nacional

M = Importaciones

X = Exportaciones

Tabla 21: CNA

Años	Producción Nacional	Importaciones kg	Exportaciones kg	Consumo Aparente
2014	0,0	14.381,74	0,0	14.381,74
2015	0,0	15.052,14	0,0	15.052,14
2016	0,0	15.755,66	0,0	15.755,66
2017	0,0	16.317,60	0,0	16.317,60
2018	0,0	17.004,56	0,0	17.004,56
2019	0,0	17.691,52	0,0	17.691,52
2020	0,0	18.378,48	0,0	18.378,48

Realizado por: Fernando Vásconez

4.6.3 Proyección del crecimiento poblacional

Para el cálculo de la proyección de la población se ha tomado en cuenta los datos obtenidos por la Federal Statistical Office, que revela que la población de la ciudad de Berlín en el año 2014 fue de 3.460.725 con un índice de crecimiento del 1.77%, también se conoce que el 20% de la población toma chocolate en taza en el desayuno y el 10% en la cena según datos de la ICCO, lo que significa que para nuestra investigación tomaremos el 30% del total de la población de Berlín 3.460.725 millones de habitantes, lo que nos daría un total de 1.038.218 consumidores potenciales

Basados en estos datos partimos de la siguiente fórmula:

$$P = P_o * (1 + i)^n$$

P_o = Población inicial

i = Tasa de crecimiento

n = Número de años

$$P = P_o * (1 + i)^n$$

$$P = 1.038.218 * (1 + 0.0177)^1$$

$$P = 1.056.594$$

Tabla 22: Proyección de la población

Años	Proyección Población
2014	1.038.218
2015	1.065.594
2016	1.075.296
2017	1.094.329
2018	1.113.699
2019	1.133.411
2020	1.153.472

Realizado por: Fernando Vásconez

4.6.4 Demanda Potencial

La demanda potencial es la máxima demanda posible que se podría dar para un producto en un mercado determinado. Para determinar la demanda tomaremos los datos que hemos obtenido anteriormente, y tomando en cuenta que el consumo promedio de chocolate es de 7.9 kg, y solo el 13% representa el consumo de chocolate en taza, lo que significa un 1.014 kg utiliza la siguiente fórmula:

Demanda potencial = Consumo potencial – Consumo aparente

Consumo potencial = Población proyectada x consumo promedio

Tabla 23: Proyección de la demanda potencial

Años	Proyección. Población	Consumo Medio kg	Consumo Potencial kg	Consumo Aparente kg	Demanda Potencial kg
2014	1.038.218	1.014	1.052.753,05	14.381,74	1.038.371,31
2015	1.065.594	1.014	1.080.512,32	15.052,14	1.065.460,18
2016	1.075.296	1.014	1.090.350,14	15.755,66	1.074.594,48
2017	1.094.329	1.014	1.109.649,61	16.317,60	1.093.332,01
2018	1.113.699	1.014	1.129.290,79	17.004,56	1.112.286,23
2019	1.133.411	1.014	1.149.278,76	17.691,52	1.131.587,24
2020	1.153.472	1.014	1.169.620,61	18.378,48	1.151.242,13

Realizado por: Fernando Vásconez**Año:** 2017

4.6.6 Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha la obtendremos del cálculo de la oferta menos la demanda, de las cuales se ha determinado que en el mercado existen productos de similares características, ofertadas por empresas como: Nestlé, Groud Chocolate, Jacque Torres Chocolate, que ofrecen chocolate entabla. Con datos obtenidos por la ICCO, la oferta de estos productos se detalla a continuación:

Tabla 24: Demanda Insatisfecha

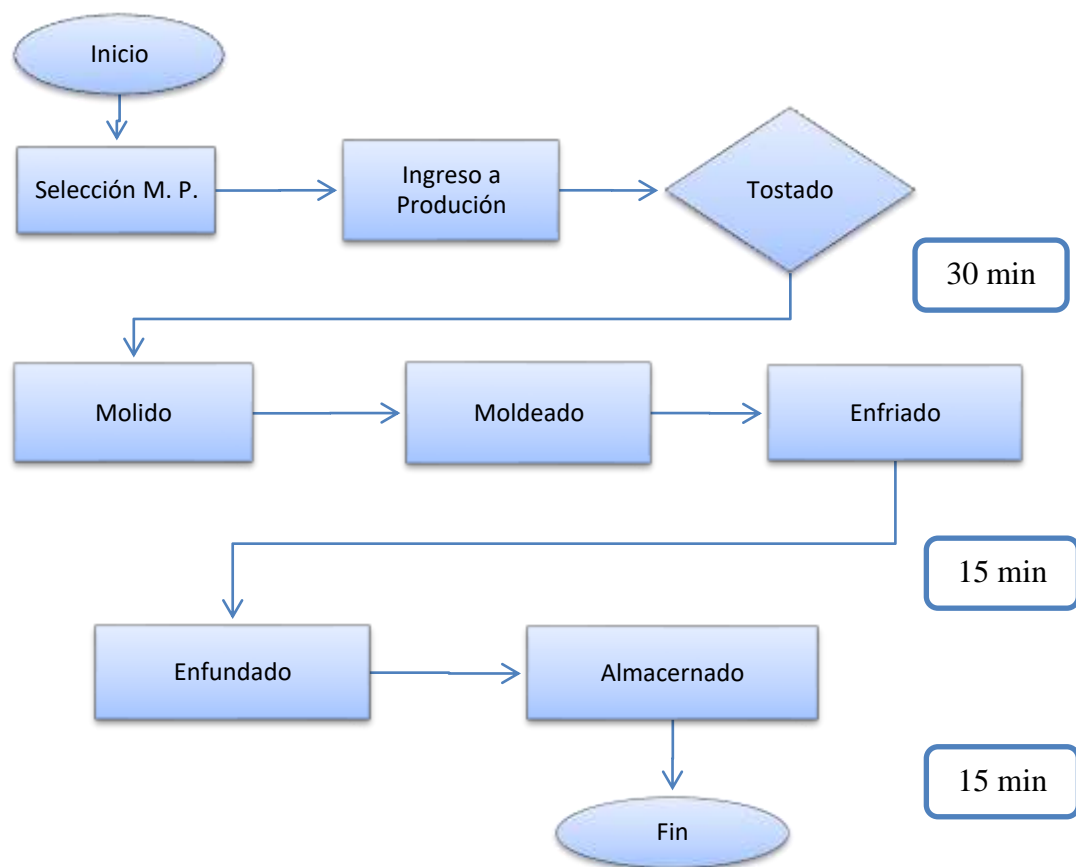
Años	Oferta aparente kg	Demanda aparente kg	Demanda insatisfecha kg
2014	8.273,22	14.381,74	-6.108,52
2015	8.580,73	15.052,14	-6.471,41
2016	8.343,73	15.755,66	-7.411,93
2017	8.610,90	16.317,69	-7.706,79
2018	8.752,02	17.004,56	-8.252,54
2019	8.893,14	17.691,52	-8.798,38
2020	9.034,26	18.378,48	-9.344,22
2021	9.175,38	19.065,44	-9.890,06
2022	9.316,50	19.752,40	-10.435,9

Realizado por: Fernando Vásconez**Año:** 2017

Al observar el cuadro se puede determinar que la demanda insatisfecha aumenta anualmente, lo que significa que existe un nicho de mercado. Lo cual si se predestina toda la capacidad de producción de la empresa Chocolate Carolina estaría cubriendo con la demanda insatisfecha.

4.6.7 Flujo grama de procesos

Ilustración 21: Flujo grama de procesos



Realizado por: Fernando Vásconez
Año: 2017

4.7 ESTUDIO DE VIABILIDAD FINANCIERA

4.7.1 CAPACIDAD INSTALADA

El consumo de la materia prima que se requiere para este proyecto está relacionado directamente con la capacidad máxima de producción de la empresa y la demanda local, se sabe que la empresa Chocolate Carolina tiene una producción máxima de 18.000kg de los cuales 7.400kg son para la demanda local, teniendo 10.600 kg para exportar.

Tabla 25: Capacidad de producción

Producción	Producción diaria kg	Producción mensual kg	Producción anual kg
Producción máxima	50	1.500	18.000
Producción C.N.	21	617	7.400
Producción Exportar	30	884	10.600

Realizado por: Fernando Vásconez
Año: 2017

4.7.2 Materia prima requerida

Para la elaboración del chocolate artesanal se necesita el grano de cacao, cuyo precio es de \$ 100 por saco de 50 kg, es decir que cada kg estaría en \$2,00

Tabla 26: Materia prima

Tiempo	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	P/U	TOTAL
Mensual	Cacao	Kg	642	\$ 2,00	\$ 1.284,00
Anual	Cacao	Kg	7704	\$ 2,00	\$ 15.408,00

Fuente: Empresa Chocolate Carolina
Realizado por: Fernando Vásconez

4.7.3 Mano de obra directa

Tabla 27: Costo mano de obra directa

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL/M	TOTAL/A
Operario 1	Jornal	1	\$ 360,00	\$ 4.320,00
Operario 2	Jornal	1	\$ 360,00	\$ 4.320,00
Empacado	Jornal	1	\$ 360,00	\$ 4.320,00
TOTAL			\$ 1.080,00	\$ 12.960,00

Fuente: Empresa Chocolate Carolina

Realizado por: Fernando Vásconez

4.7.6 Mano de obra indirecta

Tabla 28: Costo mano de obra indirecta

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	TOTAL/M.	TOTAL/A.
Gerente	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Contador	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Vendedor	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00
TOTAL		\$ 1.300,00	\$ 15.600,00

Fuente: Empresa Chocolate Carolina

Realizado por: Fernando Vásconez

4.7.7 Materiales directos

Tabla 29: Costo de materiales directos

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO U.	TOTAL/M.	TOTAL/A.
Envase	Funda	642	\$ 0,02	\$ 12,84	\$ 154,08
TOTAL				\$ 12,84	\$ 154,08

Fuente: Empresa Chocolate Carolina

Realizado por: Fernando Vásconez

4.7.8 Materiales indirectos

Tabla 30: Costo materiales indirectos

DESCRIPCÓN	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
Suministros	1	\$ 15,00	\$ 15,00
TOTAL			\$ 15,00

Fuente: Empresa Chocolate Carolina

Realizado por: Fernando Vásquez

4.7.9 Gastos servicios

Tabla 31: Costo gastos servicios

DESCRIPCÓN	NOMBRE	TOTAL
Mantenimiento	Maquinaria y equipos	\$ 100,00
Servicios básicos	Agua	\$ 40,00
	Luz	\$ 80,00
TOTAL		\$ 220,00

Fuente: Empresa Chocolate Carolina

Realizado por: Fernando Vásquez

4.7.10 Gasto administrativo

Tabla 32: Gasto administrativo

DESCRIPCÓN	TOTAL
Suministros	\$ 15,00
TOTAL	\$ 15,00

Fuente: Empresa Chocolate Carolina

Realizado por: Fernando Vásquez

4.7.11 Gastos de exportación

Tabla 33: Gasto exportación

DETALLE	TOTAL
Estibaje	\$ 100,00
Trámites aduaneros	\$ 40,00
Documentación aduanera	\$ 30,80
Inspección (Agrocalidad)	\$ 80,00
Certificado fitosanitario	\$ 40,00
Embalaje	\$ 4,40
TOTAL	\$ 294,40

Fuente: Empresa Chocolate Carolina

Realizado por: Fernando Vásconez

4.7.12 Capital de trabajo

Tabla 34: Capital de trabajo

INVERSIÓN	TOTAL M.	TOTAL A.
Materia prima	\$ 1.284,00	\$ 15.408,00
Mano de obra directa	\$ 1.080,00	\$ 12.960,00
Mano de obra indirecta	\$ 1.300,00	\$ 15.600,00
Materiales directos	\$ 12,80	\$ 153,60
Materiales indirectos	\$ 15,00	\$ 180,00
Gastos generales	\$ 220,00	\$ 2.640,00
Gastos administrativos	\$ 15,00	\$ 180,00
Gastos de exportación	\$ 294,40	\$ 3.532,80
TOTAL	\$ 4.221,20	\$ 50.654,40

Fuente: Empresa Chocolate Carolina

Realizado por: Fernando Vásconez

4.7.13 Estructura del precio Internacional

Tabla 35: Costo CIF

INVERSIÓN	TOTAL M.	TOTAL A.	PRECIO U.N.	PRECIO U.I.
Materia prima	\$ 1.284,00	\$ 15.408,00		
Mano de obra directa	\$ 1.080,00	\$ 12.960,00		
Mano de obra indirecta	\$ 1.300,00	\$ 15.600,00		
Materiales directos	\$ 12,80	\$ 153,60		
Materiales indirectos	\$ 15,00	\$ 180,00		
Gastos generales	\$ 220,00	\$ 2.640,00		
Gastos administrativos	\$ 15,00	\$ 180,00		
COSTO EX - WORK	\$ 3.924,80	\$ 47.125,60	\$ 6.12	\$ 6.12
Gastos de exportación	\$ 294,40	\$ 3.532,80		
COSTO FOB	\$ 4.219,20	\$ 50.658,90		\$ 6.58
Flete Marítimo	\$ 105,48	\$ 1.253,91		
Seguro	\$ 126,58	\$ 1.519,75		
TOTAL CIF	\$ 4.451,26	\$ 53.432,06		\$ 6.93

Fuente: Empresa Chocolate Carolina

Realizado por: Fernando Vásconez

4.7.14 Precio unitario

Tabla 36: Costo fijo y variable

INVERSIÓN	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO
Materia prima	\$ 15.408,00	
Mano de obra directa	\$ 12.960,00	
Mano de obra indirecta		\$ 15.600,00
Materiales directos	\$ 153,60	
Materiales indirectos	\$ 180,00	
Gastos generales		\$ 2.640,00
Gastos administrativos		\$ 180,00
Gastos de exportación	\$ 3.532,80	
Flete Marítimo	\$ 1.253,91	
Seguro	\$ 1.519,75	
TOTAL	\$ 35.008,06	\$ 18.424,00

Fuente: Empresa Chocolate Carolina

Realizado por: Fernando Vásconez

Tabla 37: Precio unitario

DETALLE	PRODUCCIÓN M.	PRODUCCIÓN A.
Costo total de exportación	\$ 4.451,26	\$ 53.432,06
Unidades exportadas	kg 642	kg 7706
COSTO UNITARIO / KG	\$ 6,93	\$ 6,93
Margen de utilidad 25%	\$ 1,73	\$ 1,73
COSTO TOTAL / KG	\$ 8.66	\$ 8.66

Fuente: Empresa Chocolate Carolina**Realizado por:** Fernando Vásquez

4.7.15 Maquinaria

Tabla 38: Maquinaria

Descripción	Precio
Molino	\$ 1.500,00
Mescladora	\$ 2.500,00
Empaquetador	\$ 2.000,00
Total Maquinaria	\$ 6.000,00

Fuente: Empresa Chocolate Carolina**Realizado por:** Fernando Vásquez

4.7.15 Balance General

Tabla 39: Balance General

ACTIVO		PASIVO	
Activo Corriente		Pasivo Corriente	
Bancos	10.000,00	Cuentas por Pagar	3.500,00
Total A. Corriente	10.000,00	TOTAL PASIVO	3.500,00
Activo Tangible			
Mercadería	1.350,00	PATRIMINIO	
Muebles y enseres	1.000,00	TOTAL PATRIMONIO	35.030,00
Maquinaria	6.000,00		
Vehículo	20.000,00		
Equipo de Computo	500,00		
Útiles de oficina	100,00		
Total Tangible	28.450,00		
Activo Intangible			
Capacitaciones	80,00		
Total Intangible	80,00		
TOTAL ACTIVOS	38.530,00	TOTAL PAS. + PATR.	38.530,00

Fuente: Empresa Chocolate Carolina

Realizado por: Fernando Vásconez

4.7.18 Estado de Resultados

Para calcular la repartición de utilidades se tomara en cuenta la ley vigente, que da un tope a las utilidades del sector privado equivalente a 24 salarios básicos unificados, y se reparten de la siguiente manera; 10 % entre trabajadores y extrabajadores y el 5 % restante a las cargas familiares

El anticipo al impuesto a la renta está determinado por la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno Art. 41 en el literal b numeral 2. Este impuesto se lo calcula de la siguiente manera; el 0.4% del Activo Total, el 0.2 % del Patrimonio Total, el 0.4% de Ingresos Grabables y el 0.2 % de los costos (Ley de regimen tributario interno, 2017)

Tabla 40: Estado de resultados

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 66733,96	\$ 71.462,32	\$ 76.190,68	\$ 80.919,04	\$ 85.647,40
(-)Costo de Ventas	\$ 15.408,00	\$ 16.504,00	\$ 17.596,00	\$ 18.688,00	\$ 19.780,00
= Utilidad bruta en ventas	\$ 51.325,96	\$ 54.958,32	\$ 58.594,68	\$ 62.231,04	\$ 65.867,40
(-)Gastos Operacionales	\$ 19.600,06	\$ 19.819,58	\$ 20041,56	\$ 20.266,03	\$ 20.493,01
(-)Gastos Administrativos	\$ 18.424,00	\$ 18.446,31	\$ 19.652,91	\$ 18.861,82	\$ 19.073,07
(=)Utilidad Operativa	\$ 13.301,90	\$ 16.692,43	\$ 19.900,21	\$ 23.103,19	\$ 26.301,32
(-)Rep. Trabajadores	\$ 1.995,29	\$ 2.503,86	\$ 2.985,03	\$ 3.456,48	\$3.945,20
(=)Utilidad antes de Imp.	\$ 11.306,61	\$ 14.188,57	\$ 16.915,18	\$ 19.646,71	\$ 22.356,12
(-) Impuesto a la Renta	\$ 565,33	\$ 709,43	\$ 1.676,22	\$ 2.296,53	\$ 3.212,76
Utilidad Neta	\$ 10.741,28	\$ 13.479,14	\$ 15.238,96	\$ 17.350,18	\$ 19.143,40

Fuente: Empresa Chocolate Carolina**Realizado por:** Fernando Vásquez

4.7.18 Flujo de Efectivo

Tabla 41: Flujo Efectivo Proyectado

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SALDO INICIAL	\$ 15.412,00	\$ 26.153,28	\$ 39.632,42	\$ 54.871,38	\$72.221,56
INGRESOS					
Ventas	\$ 66.733,96	\$ 71.462,32	\$ 76.190,68	\$ 80.919,04	\$ 85.647,40
EGRESOS					
Costo de Ventas	\$ 15.408,00	\$ 16.504,00	\$ 17.596,00	\$ 18.688,00	\$ 19.780,00
Gastos Operacionales	\$ 19.600,06	\$ 19.819,58	\$ 20.041,56	\$ 20.266,03	\$ 20.493,01
Gastos Administrativos	\$ 18.424,00	\$ 18.446,31	\$ 19.652,91	\$ 18.861,82	\$ 19.073,07
Rep. Trabajadores	\$ 1.995,29	\$ 2.503,86	\$ 2.985,03	\$ 3.456,48	\$ 3.945,20
Impuestos	\$ 565,33	\$ 709,43	\$ 1.676,22	\$ 2.296,53	\$ 3.212,76
SALDO FINAL	\$ 26.153,28	\$ 39.632,42	\$ 54.871,38	\$ 72.221,56	\$ 91.364,96

Fuente: Empresa Chocolate Carolina

Realizado por: Fernando Vásconez

4.8 EVALUADORES FINANCIEROS

4.8.1 VAN, TIR, P.E, RB/C

$$P.E = \frac{CF}{PU - CV}$$

$$VAN = -I_0 + \left[\frac{FN}{(1+i)^n} \right]$$

$$TIR = i1 + (i2 - i1) \left[\frac{VAN1}{VAN1 + VAN2} \right]$$

$$RB/C1 = \left[\frac{VN + VAN 1}{C} \right]$$

Tabla 42: Evaluadores Financieros

INDICADOR FINNCIERO	VOLOR	INTERPRETACIÓN
VAN (Valor Actual Neto)	28.096,96	
TIR (Tasa Interna Retorno)	29%	El proyecto es rentable puesto que la tasa de retorno es mayor a la tasa de descuento de la inversión, por lo que se perfila como una buena opción de negocio futuro.
P.E (Punto Equilibrio)	4.376	La empresa logrará su punto de equilibrio al producir y vender 4.376 chocolates artesanales de 1kg, es decir, se necesita vender 4.376 chocolates artesanales para que los ingresos sean iguales a los costos; por lo tanto, a partir de la venta de 4.377 fundas de chocolate, se estaría empezando a generar utilidades, mientras que la venta de 4375 fundas de chocolate artesanal o de un número menor significaría pérdidas.
RB/C(Relación Beneficio)	2.20	La exportación de chocolate artesanal ambateño se considera rentable puesto que por cada dólar invertido se obtendrá una rentabilidad de dos dólares con veinte centavos (\$ 2.20).

Realizado por: Fernando Vásconez
Año: 2017

4.8.2 Periodo de Recuperación de Capital

$$10.741,28 \quad 12$$

$$15.412,00 \quad X$$

$$X = \frac{15.412,00 * 12}{10.847,89}$$

$$X = \frac{184.944,00}{10.847,89}$$

$$X = 17,22$$

$$X = \frac{17,22}{12}$$

$$X = 1,46$$

El periodo de recuperación de la inversión será en 1 años, 4 meses, 6 día, mismos que permitirá invertir las ganancias posteriores dentro de la empresa.

CONCLUSIONES

- ✓ Se determinó que a través de la correcta planificación que posee la empresa CHOCOLATE CAROLINA cumplirá con sus objetivos llevando a cabo su misión y visión y así satisfacer al mercado local buscando expandirse a nivel internacional.
- ✓ Alemania es uno de los principales mercados donde se destina los productos derivados de cacao a nivel mundial y se exporta el chocolate, debido a los hábitos de consumo de chocolate facilitando a la empresa CHOCOLATE CAROLINA a optar en la producción de chocolate artesanal pretendiendo llegar con un producto de calidad y un precio accesible al su mercado objetivo, de esta manera genera un desarrollo económico en el cantón Ambato y la provincia de Tungurahua contribuyendo al cambio de la matriz productiva y generando más fuentes de trabajo para los habitantes.
- ✓ Al analizar los incoterms se estableció que el término acordado en la negociación es el más adecuado ya que satisface a nuestro cliente y a la empresa CHOCOLATE CAROLINA como exportador.
- ✓ Con los índices de evaluación podemos comprobar que el proyecto es viable ya que demuestra un TIR del 29% el cual es positivo y se considera como factible.
- ✓ La empresa CHOCOLATE CAROLINA si tiene la capacidad de incrementar su producción del chocolate artesanal para ofertar al mercado extranjero e incrementar sus ganancias.

RECOMENDACIONES:

- ✓ Se recomienda que exista un mayor apoyo a las pequeñas y medianas empresas para que puedan realizar un estudio como este lo que les permitirá emprender un negocio que incremente sus ingresos.
- ✓ Debido a que la empresa CHOCOLATE CAROLINA no cuenta con un área de Comercio Exterior tiene la necesidad de abrir una oficina para la mejora de proceso de los trámites y generar una buena imagen de la misma.
- ✓ Buscar otras formas de financiamiento que nos permitan la implementación de tecnología con lo que la planta pueda mejorar sus productos e incrementar los mismos y mejorar el producto final y tener un aumento en la producción.
- ✓ Se recomienda aplicar este proyecto de exportacion ya que es considerado factible por los indices financieros obtenidos determinando que tiene viabilidad y rentabilidad para la empresa CHOCOLATE CAROLINA.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera, A. (2009). *Chocolate origen e historia*. España: El Drac.
- Arroyo, R. (2012). *Habilidades gerenciales*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Banco Central. (2015). *Composición PIB Agropecuario*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>
- Bustos, A. (2009). *El artesano*. Ecuador: Edinun.
- Camison, C. (2009). *Introducción a los negocios y su gestión*. Chile: Pearson Educación.
- (2016). *Composición PIB Agropecuario*.
- Contreras, N. (2010). *Uso y utilidad de los ICOTERMS*. México: CCG.
- Fleming, D. (2010). *Nuevas claves para incrementar el nivel de salud y retrasar el envejecimiento*. Estados Unidos: Pearson Educación.
- Garcia, L. (2012). *Gestión logística en centros de distribución*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Jerez, J. (2011). *Comercio Internacional*. España: ESIC Editorial.
- Ley de regimen tributario interno (2017).
- MAGAP. (2013). *Proyecto de Rectivación Cacaotera*. Obtenido de <http://www.agricultura.gob.ec/magap-impulsa-proyecto-de-reactivacion-del-cacao-fino-y-de-aroma/#>
- Martinez, C. (2012). *Logística aspectos estratégicos*. Perú: Limusa.
- Mendoza, J. (2011). *Macroadministración Decisiones Estratégicas*. México: Ediciones de la U.
- Mendoza, J. (2011). *Macroadministración Decisiones y Estrategias*. México: Ediciones de la U.
- Mendoza, J. (2011). *Macroadministración Decisiones Estratégicas*. México: Ediciones de la U.
- Molina, A. (2010). *Investigación de mercados*. Madrid: ESIC Editorial.
- Morales, A. (2009). *Proyecto de inversión, evaluación y formulación*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Ortega, A. (2013). *Guia práctica de comercio exterior*. Madrid: ESIC Editorial.
- Prieto, J. (2012). *Gestión estratégica organizacional*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Ramirez, J. (2010). *Evaluación Financiera de proyectos*. México: Ediciones de la U.
- Sánchez, E. (2012). *Planeación estratégica*. Bogotá: Trillas.

- Soler, D. (2012). *Diccionario de Comercio Exterior*. Chile: Alfaomega.
- Toro, F. (2011). *Gestión de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- University of California. (2008). *Dark Chocolate*. Estados Unidos: Science Daly.
- Vaca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Valenzuela. (2009). *Historia del cacao*. Mexico: El Bosco.
- Valero, S., & Pamplona, J. (2010). *BioEnciclopedia*. México: Maass.